CONSULENTE DI VIAGGI DALLA A ALLA Z

Ascolta Applica Replica

Come Diventare Consulente di Viaggi con una Formazione Rapida e Sicura

21 Step per la Tua Trasformazione

EDIZIONE MARZO 2019

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

© Copyright All rights reserved

Parte A
Introduzione

Vogliamo spiegarti in questa Parte "A "quello che succederà all'interno del nostro corso

Si tratta di un percorso che ti porterà dal punto dove sei ora chiamiamolo punto di partenza o punto A al punto Z che è il punto che noi consideriamo di arrivo, cioè dove avrai imparato a muoverti nell'ambiente degli agenti/consulenti di viaggio.
Partiremo dalla terminologia turistica e passeremo alle fasi di contatto con il cliente, alla creazione del preventivo e alla ricerca della migliore offerta.

Durante il percorso imparerai a conoscere tutto ciò che un agente e un consulente di viaggi utilizza normalmente nella sua giornata lavorativa, principi utili sulle assicurazioni, la biglietteria aerea e la lettura di un "catalogo" sia esso cartaceo o sul web.
21 Moduli che ti aiuteranno a presentarti al meglio al tuo datore di lavoro oppure ad entrare a far parte di un network oppure ad aprire la tua agenzia. Questi 21 step ti insegneranno la base del lavoro di Consulente di Viaggi.

L'Agenzia Viaggi oltre ad essere un sogno per molti giovani che vogliono entrare in questo mondo è, e deve essere, un'azienda che produce profitti, sarà il tuo lavoro e, come ogni lavoro, deve essere svolto con molta passione per dare risultati concreti e duraturi.

Per chi invece già lavora nel mondo del turismo diamo la possibilità di cambiare "vista", di vedere in altro modo il tuo lavoro, l'evoluzione per un mondo che cambia continuamente.

Il mondo del turismo è enormemente cambiato negli ultimi anni e la necessità di adeguarsi al cambiamento, e ad un mercato che si evolve, soprattutto on line e con molta concorrenza, è forte!! Quello che è indispensabile quindi è la TUA formazione e la TUA professionalità.

In questo corso troverai tutto quello che è indispensabile sapere per intraprendere il lavoro di Consulente di viaggi.

Questo corso aiuterà gli studenti a comprendere ed ottenere opportunità di business, nuove tecniche e risultati concreti per rendere migliore e professionale il settore della vendita viaggi.

Per chi invece ha una sua agenzia di viaggi "su strada" questo corso può dare la possibilità di incrementare le vendite attraverso il web .

Niente è facile ma Niente è impossibile!!

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

© Copyright All rights reserved

Schema Logico

Il Corso si svolgerà attraverso uno schema logico che ti aiuterà a partire da un punto A per arrivare ad un punto B con assoluta chiarezza in modo Semplice Rapido e Sicuro.
Ti aiuterà, a piccoli passi, ad arrivare alla TUA trasformazione attraverso un piano di azione sperimentato ed efficace.

Per semplificare abbiamo creato alcuni punti di riferimento che ti riassumiamo qui sotto:

STUDIO

B Terminologia Turistica

C Tipologia di Viaggio e Specializzazioni

D La Biglietteria

E Classificazione alberghiera

F Come leggere un catalogo

G Le Assicurazioni

H Il Rapporto con il tuo cliente

RICERCA

I Pubblicità On line

L Domande al cliente

M Dove cercare l'offerta

N Organizzazione del Lavoro

AZIONE

O Come formulare un preventivo

P Solleciti ed Obiezioni

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

CHIUSURA

Q Come procedere per la conferma

R Il Contratto di viaggio

S Fidelizzazione del cliente

APPROFONDIMENTI

T Corsi aggiornamento Riviste Fiere

U Contabilità/ Tipologia di pratiche

V Diritti del consumatore

Z Come aprire un'agenzia

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

© Copyright All rights reserved

Ostacoli-Dubbi

L'unico ostacolo che devi superare è riuscire a mantenere la TUA costanza nello studio e superare la TUA paura di pensare che sia un lavoro troppo impegnativo.
Te lo anticipiamo noi: sarà un impegno studiare ognuno di questi punti, ogni step ti porterà via del tempo e le nozioni che dovrai imparare saranno realmente tante !!
Ti possiamo però assicurare che una volta assimilati i principi che vengono esposti in questi 21 moduli (dalla A alla Z) avrai scoperto le basi per un LAVORO APPASSIONANTE ed avrai imparato come diventare un Consulente di viaggi competente e preparato.
Starà solo a te mantenere costante il tuo studio giorno dopo giorno quando sarai nel tuo ufficio, starà solo a te mantenere sempre aggiornate le tue conoscenze, MA se questo è davvero il LAVORO CHE SOGNI e che ti APPASSIONA, ti posso garantire che lo studio e l'impegno potranno diventare il tuo hobby ed il tuo migliore passatempo !!

Come ti abbiamo detto nei video che hai ascoltato per arrivare fino a questo punto vogliamo differenziarci dai corsi che già sono presenti nel nostro settore. Sono principalmente corsi tenuti in aula che richiedono spostamento da casa, spese di trasferimento, di vitto e alloggio e soprattutto un periodo di tempo nel quale dovrai assentarti da casa tua, dai tuoi affetti, dai tuoi impegni.
Lavorando nel web sappiamo ed abbiamo imparato negli anni quanto è importante il nostro tempo !
Per questo abbiamo voluto creare un corso adatto ad ogni persona. Tutto è a portata di mano e potrà essere utilizzato con i tuoi tempi .
A chi è giovane e non ha la possibilità economica di sostenere grandi costi, a chi sta già lavorando e non può assentarsi per lunghi periodi, a chi ha una famiglia e non può rimanere fuori casa per giorni interi...

Abbiamo diviso i moduli per facilitare lo studio e seguire un percorso logico, non saltare le "lezioni" segui lo schema, studia con in tuoi tempi, rileggi più volte se qualcosa non ti è chiaro.
Ricorda che gli audio corsi rimarranno per sempre con te e ogni volta che ne avrai bisogno potrai consultarli !

A questo punto non ci rimane che augurarti Buono studio !

Roberta ed Emanuela
Ideatrici del programma Consulente di Viaggi dalla A alla Z

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

© Copyright All rights reserved

Parte B

TERMINOLOGIA TURISTICA

Il **turismo** è l'insieme delle relazioni che nascono per lo spostamento temporaneo delle persone. Partenza e ritorno in un tempo ragionevole senza una motivazione particolare: per divertimento, svago, vacanza, lavoro, motivi religiosi, per curarsi per studiare...
I **turisti s**ono i viaggiatori che passano un periodo di tempo limitato e che deve comprendere almeno un pernottamento in una o più località diverse dalla loro residenza abituale.
Gli **escursionisti** sono coloro che compiono trasferimenti giornalieri, senza pernottamento fuori dalla località di residenza.
Diversi sono i riflessi giuridici perchè le norme che regolano i contratti di viaggio non si applicano a chi compie una semplice escursione.

Gli spostamenti sono detti **Outgoin**g quando sono diretti fuori dalla regione o dal paese di residenza del turista. **Incoming** sono detti gli arrivi di turisti provenienti da altre località.
Turismo nazionale o domestico è relativo agli spostamenti all'interno del proprio paese

Il turismo internazionale si riferisce sia all'incoming sia all'outgoing
Il turismo nazionale può essere domestico o di outgoing
Turismo interno è turismo domestico o in incoming
Si parla di turismo ricettivo per intendere tutti i servizi forniti ai turisti in arrivo. Possono essere diversificati in:
- alloggio (hotel, motel, pensioni) o strutture extra-alberghiere (appartamenti campeggi ostelli...)
- trasferimenti dall'aeroporto al porto, stazione, hotel con pullman, taxi, auto a noleggio con o senza accompagnatore
- visite di città con o senza guida,, a piedi con autopullman con autista o senza...
- escursioni fuori città per visitare i dintorni

I produttori/organizzatori dei viaggi che vengono offerti al pubblico sono chiamati **Tour Operator.**, si chiamano **agenzia viaggi** o dettaglianti le aziende che si occupano della vendita dei viaggi al consumatore finale.
Il viaggio prodotto da un operatore specializzato è detto pacchetto viaggio o viaggio tutto compreso. Per essere pacchetto turistico deve avere almeno un pernottamento abbinato a trasporto a cui poi si possono aggiungere altri servizi
Il pacchetto turistico è un contratto avente ad oggetto i viaggi, le vacanze, i circuiti tutto compreso, le crociere turistiche, risultanti dalla combinazione di almeno due elementi tra alloggio, trasporto ed altri servizi turistici. Questo pacchetto dovrà essere venduto o offerto in vendita ad un prezzo forfettario.
Il pacchetto turistico deve essere di durata superiore a 24 ore, ovvero comprendere almeno una notte, e inoltre prevedere almeno due fra i seguenti elementi: trasporto; alloggio; servizi turistici

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

non accessori al trasporto e all'alloggio
L'agenzia è responsabile solo come mandatario, cioè solo per il corretto adempimento delle formalità di vendita, prenotazione e informazione.
Per ogni problema relativo alla qualità dei servizi, responsabile è l'organizzatore della vacanza (tour operator), il cui nome compare sui cataloghi. Il tour operator è responsabile anche per tutti gli inadempimenti e danni causati dai fornitori da lui scelti (albergatori, compagnie aeree, guide, ecc.), nei confronti dei quali sarà lui a doversi rivalere dopo avere risarcito il turista.

Il **contratto di vendita** di pacchetti turistici deve essere redatto in **forma scritta**, pena nullità dello stesso e con termini chiari e precisi.
Esso deve contenere i seguenti elementi (**contenuto minimo di garanzia**):

- destinazione, durata, data d'inizio e conclusione, qualora sia previsto un soggiorno frazionato, durata del medesimo con relative date di inizio e fine;
- nome, indirizzo, numero di telefono ed estremi dell'autorizzazione all'esercizio dell'organizzatore o dell'intermediario che sottoscrive il contratto
- prezzo del pacchetto turistico, modalità della sua revisione, diritti e tasse sui servizi di atterraggio, sbarco ed imbarco nei porti ed aeroporti e gli altri oneri posti a carico del turista;
- acconto del 25% sul prezzo finito del viaggio per pacchetto con volo charter, acconto da quantificare alla prenotazione per il viaggio con volo di linea, da versarsi all'atto della prenotazione, e il saldo per entrambi i casi a 30 gg dalla partenza;
- estremi della copertura assicurativa obbligatoria (medico/bagaglio) e delle ulteriori polizze convenute con il turista;
- mezzi, caratteristiche e tipologie di trasporto, data, ora, luogo della partenza e del ritorno, tipo di posto assegnato;
- ove il pacchetto turistico include il trasporto aereo, il nome del vettore
- qualora il pacchetto turistico includa la sistemazione in albergo, l'ubicazione, la categoria turistica, il livello, eventuali idoneità all'accoglienza di persone disabili, nonché le principali caratteristiche, la conformità alla regolamentazione dello Stato membro ospitante, i pasti forniti;
- itinerario, visite, escursioni o altri servizi inclusi nel pacchetto turistico, ivi compresa la presenza di accompagnatori e guide turistiche;
- termine entro cui il turista deve essere informato dell'annullamento del viaggio (in caso di tour di gruppo) per la mancata adesione del numero minimo dei partecipanti eventualmente previsto;
- accordi specifici sulle modalità del viaggio espressamente convenuti tra l'organizzatore o l'intermediario e il turista al momento della prenotazione;
- termine entro il quale il turista deve presentare reclamo per l'inadempimento o per inesatta esecuzione del contratto;
- termine entro il quale il turista deve comunicare la propria scelta in relazione alle modifiche delle condizioni contrattuali.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

© Copyright All rights reserved

Accompagnatore Turistico: Colui che accompagna in qualità di responsabile un gruppo o una comitiva di persone. Tour leader-Tour escort. Fornisce elementi significativi e notizie di interesse turistico sulle zone visitate al di fuori dell'ambito di competenza delle Guide Turistiche

ADV Siglia che indica gli Agente Di Viaggio -

Advertising: Breve comunicato pubblicitario radiofonico e televisivo per pubblicizzare un viaggio

Adeguamento carburante/valutario importo che può essere richiesto fino a 21 gg prima dalla partenza dal fornitore per forti oscillazioni dollaro/petrolio dovendo pagare in valuta i fornitori stranieri oppure aumento del prezzo del carburante rispetto all'importo calcolato dal fornitore all'emissione del catalogo o della conferma dei servizi

Agenzia Di Viaggio : Impresa intermediaria fornitrice di servizi per il turismo. Sono Agenzie di Viaggio e turismo le imprese che esercitano attività di produzione organizzazione di viaggi e soggiorni, vendita di servizi legati ai vari biglietti dei vettori, la prenotazione di servizi ricettivi, la produzione e la vendita di servizi di accesso e accoglienza.

Agriment: Atto stipulato dal tour operator italiano con un Corrispondente o Partner straniero

Allotment: E' un certo numero di camere che l'albergatore mette a disposizione dell'agenzia o tour operator . Numero di camere-prezzo convenuto che può prevedere il pagamento o meno del vuoto/pieno. - il periodo di durata dell'impegno. (si può parlare di allotment anche per posti volo o marittimi)

American Breakfast Colazione americana solitamente formato da latte, caffè, burro, marmellata, uova, pancetta, pane, succhi vari... **Continental Breakfast** una quantità minore di alimenti ed a prezzi più convenienti.

Pensione Completa abbreviato con FB cioè tre pasti (colazione-pranzo-cena) FBB (se oltre alla pensione completa sono incluse anche le bevande ai pasti di solito acqua e vino della casa), Altre terminologie: **Mezza pensione** HB (colazione e un altro pasto solitamente la cena) HBB (comprese bevande al pasto come sopra descritto) **Bed & Breakfast** BB (notte e colazione) **Brunch** piccolo pranzo, **Break** coffee break breve periodo a disposizione per un caffè a altre bevande . Solo penottamento OB senza pasti inclusi

B2B: business to business Rapporti tra Tour Operator (o fornitori) e Agenzie di viaggio (dettaglianti)

B2C: business to consumer Rapporto tra Agenzia di viaggi e Clienti finali

Bagage Allowance: Peso del bagaglio consentito a bordo per esempio di un aeromobile.Bagaglio in stiva o bagaglio in cabina Varia a seconda della classe di prenotazione, della compagnia aerea... Low cost hanno altre regolamentazioni.

Normalmente 30 Kg in business o prima – 20/23 kg in economica – 15 Kg sui charter Superando questi limiti la compagnia può addebitare in aeroporto il costo per l'eccedenza bagaglio

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Il **Back Office** designa l'insieme delle parti del sistema di informazione alle quali l'utente finale non ha accesso. Si tratta dunque di tutti i processi interni dell'azienda (produzione, logistica, contabilità, gestione delle risorse umane,...).
l **Front-Office** designa la parte frontale dell'azienda, visibile dalla clientela e a contatto diretto con questo servizio di vendita

Blocca prezzo è possibile chiedere al fornitore questo garanzia per dare un prezzo finito al cliente senza aumenti futuri

Booking Prenotazione – uffici per la prenotazione

Booking Confirmation: Conferma di prenotazione, documento che attesta i servizi prenotati.

B.S.P. Sigla di Bank Settlement Plan è il piano di pagamento bancario concordato con le compagnie aeree per unificare il pagamento delle vendite relative alla biglietteria aerea che le agenzie effettuano nell'arco di un mese

Bungalow Piccola casa solitamente sono piccole costruzioni che formano un complesso alberghiero situato in zone vicino a spiagge.

Buono di Scambio – Exchange Order più noto come Voucher (vedi voucher)

Business Class è la classe superiore alla **Turistica o Economy** ed inferiore alla **First s**ugli aerei. Costi diversi per ogni classe – a volte esistono business class speciali più economiche

Cancellation Penalty Biglietti a tariffe scontate hanno delle penali in caso di cancellazione o modifica. Vale anche per i viaggi organizzati ed i pacchetti turistici **(vedi lezione assicurazione annullamento viaggio)**

Carrier Vettore Aereo

Catering Organizzazioni specializzate per la fornitura di generi alimentari e confezionamento del cibo per compagnie aeree , vettori marittimi o ferroviari

Charges fare prezzo richiesto per una corsa (treno, aereo, traghetto)

Charter Noleggio di un aeromobile da parte dei tour operator che, ad inizio stagione, comprano posti volo da rivendere abbinati ad un pacchetto turistico per un gruppo di persone (charter o voli speciali)

Check-in Registrazione il giorno di arrivo (in aeroporto o in hotel) **Check-out** Giorno di partenza

Child e Infant : Child è il bambino che ha compiuto 2 anni ed arriva ai 12 anni NON compiuti. Infant da 0 a 2 anni NON compiuti. I secondi non hanno diritto al posto in aereo ed al bagaglio. In alcuni villaggi turistici possono esserci scontistiche anche per i "bambini" fino a 14 o 16 anni. Le riduzioni per gli hotel si riferiscono sempre ad un child in camera con due adulti. Alcune strutture ora hanno sconti anche per 1 adulto + 1 chd (a volte l'adulto paga il supplemento singola e il chd è free)

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

City Packages in una determinata città comprende un programma prestabilito con visite escursioni e tempo libero.

City Sightseeing Visita della città si effettua generalmente in pullman GT e con guide che spiegano e illustrano monumenti palazzi musei ecc...

Comitiva gruppo di persone che si riuniscono per uno scopo comune (gita viaggio escursione)

Complain Disguido Disservizio durante un viaggio/vacanza In base alla legge 1084 del 27/12/77 Convenzione ai Contratti di Viaggio, tutti gli operatori turistici sono considerati corresponsabili per

qualunque deficienza organizzzativa o di servizio. Dal Tour Operator all'Agenzia di Viaggi (nonostante la figura da intermediari dell'agenzia di viaggi)

Conferma pratica (CNF) quando il fornitore/agenzia conferma i servizi richiesti

Concierge: solitamente negli hotel 5 stelle esiste una grande hall preceduta da una saletta destinata ai servizi di accoglienza, ricevimento, portineria. Il Concierge sarà il portiere a cui sono affidati questi compiti

Confidential Tariffs I tour operator ma meglio i corrispondenti in loco pubblicano annualmente un tariffario confidenziale (perchè non destinato al pubblico) destinato alle agenzie di viaggio, Solitamente contiene anche informazioni riguardanti le loro escursioni, servizi ecc

Connection Time Coincidenza. In aeroporto la coincidenza tra un volo ed un altro in coincidenza è stabilito da regole. La connection time determina la durata minima di attesa tra i due voli. (minimum connection time) Soprattutto se ci sono cambi di aeroporti. Es arrivo a Londra Heatrow e riparto da Londra Gatwick.

Consulente di viaggio libero professionista che svolge la propria attività di vendita di viaggi presso agenzia su strada oppure inserito in una agenzia/network usufruendo della licenza dell'agenzia/network dietro un compenso provvigionale concordato

Contromarca Biglietto usato per i viaggi di gruppo dove si emette un solo biglietto collettivo oppure la contromarca per ogni pasto al ristorante . Viene custodito dal tour leader che avrà con sé l'elenco dettagliato con i nomi di ogni partecipante al gruppo.

Coupon E' il tagliando di volo

(milano roma 1 coupon – roma parigi 2° coupon-parigi new york 3° coupon...)

CRS ora GDS Crs Computer Reservation System – GDS Global Distribution System Sono sistemi informatici per la prenotazione di biglietteria aerea (ma anche hotel, auto …) Collegati al data base delle compagnie aeree (Sabre Amadeus Galileo Worldspan- Flight scanner per es per i low cost)

Day Use Letteralmente (uso durante il giorno) si riferisce alle camere d'albergo; se per esempio il volo parte la sera tardi e la camera va rilasciata entro le 10 del mattino, si può avere una camera in day use per aspettare il volo serale (di solito gli alberghi offrono una quota ridotta delle camere assegnate a questo scopo). Oppure per un volo che arriva al mattino e la coincidenza è la sera viene

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

messa a disposizione una camera in day use in un albergo vicino all'aeroporto (a volte può essere un costo che si prende in carico la compagnia aerea)

Deadline Scadenza per una opzione su una camera d'albergo oppure su un'opzione di un posto volo

Delinquency è un termine che denomina la morosità della biglietteria aerea Iata. Se si riceve un delinquency per 4 volte si può incorrere alla sospensione della licenza di biglietteria aerea

Deregulation E' una liberalizzazione, cioè il diritto di sbarco e imbarco di passeggeri sul territorio nazionale da parte di compagnie straniere
G.M.T. Nel settore aereo gli orari di partenza ed arrivo vengono sempre espressi in ora locale (local time)

Diritti di Agenzia Piccole somme che l'agenzia/network percepisce a titolo di remunerazione per un servizio turistico che non ha sufficiente margine di guadagno **Fee d'agenzia** per esempio sui biglietti aerei da quando le compagnie aeree non riconoscono più commissioni sulla vendita dei voli

Direct Fly sono voli diretti no stop senza scali intermedi. Scalo tecnico quando l'aeromobile non cambia ma il volo atterra e riparte

Domestic Fly sono i voli interni al territorio di uno stato

Documenti (DOCS) documenti di viaggio che vengono consegnati al cliente prima della partenza

Drop-off si intende il supplemento che si dovrà versare quando si noleggia un'auto se il ritiro avviene in una città/aeroporto e il rilascio avviene in una città/aeroporto diverso..

Duty Free sono spazi liberi da dogana, solitamente negozi all'interno degli aeroporti, dove serve presentare la carta di imbarco per acquistare merce senza pagare tasse doganali

Estratto Conto (E/C) il documento che attesta la conferma dei servizi richiesti al fornitore

Educational Tour sono viaggi di istruzione offerti agli adv dai tour operator di solito in collaborazione con hotel, enti del turismo e compagnie aeree per promuovere la destinazione

Economy Class Il volo viene diviso virtualmente in diverse classi di prenotazione che determinano il prezzo del biglietto aereo. La economy è la parte con più livelli di tariffe dalla più bassa alla Full Fare e ogni compagnia aerea ha le sue classi sui propri voli. In questa classe il posto a sedere è esattamente lo stesso ma cambia solo la tariffa aerea – la **Business** ha solitamente posti più larghi e servizi migliori – la **First** è la classe più alta spesso con lettini e servizi di alto livello.

Endorsement Significa letteralmente Girata: sono delle annotazioni tariffarie per biglietti aerei emessi con particolari limiti e restrizioni di tariffa o di validità

F.I.A.V.E.T. Federazione Italiana delle Agenzie Viaggi e Turismo, ogni regione gestisce il proprio territorio (Fiavet Piemonte-Fiavet Lombardia-Fiavet Lazio...) Tutelano l'interesse della categoria.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Fly & Drive: pacchetto di viaggio comprendente Volo e Noleggio auto. Spesso viene abbinato a open voucher o prenotazione di hotel e altri servizi

Formula Roulette Con questa formula viene garantita la categoria dell'hotel proposto (3-4-5 stelle) senza tuttavia indicare il nome dell'hotel che verrà comunicato solo il giorno precedente la partenza o all'arrivo a destinazione. A fronte di questo si ottiene un forte risparmio sul prezzo al cliente

Franchigia Bagaglio vedi Baggage Allowance

Giro del Mondo Per le compagnie aeree il mondo viene diviso in 3 aree: 1a comprende le due Americhe – 2a comprende Europa e Africa – 3a comprende Asia e Australia. Un aeromobile per effettuare il giro del mondo deve quindi toccare le tre aree. Consiste in un viaggio circolare, il cui passeggero non torna mai indietro ma prosegue sempre nella stessa direzione, fino ad arrivare allo stesso punto di partenza

G.S.A. General Sales Agent Sono le agenzie di viaggi che rappresentano una compagnia aerea in una località in cui questa non ha uffici di rappresentanza e vendita.

Guida Turistica Chi accompagna persone singole o un gruppo, per professione nelle visite ad opere d'arte, musei, gallerie, scavi archeologici, illustrandone le caratteristiche (tesserino da guida turistica certificato dalle Regioni)

Hospitality Desk Talvolta entrando nella hall di un albergo si trova un tavolo riservato di una agenzia organizzatrice. E' un servizio di informazioni per i clienti che hanno prenotato con quella agenzia.

Hostess/Stewart assistenti di volo o personale impiegato su altri mezzi di trasporto

Hotel Accomodation: assegnazione delle camere in hotel

I.A.T.A. Internation Air Transportation Association Si tratta di un'organizzazione privata aperta a tutte le compagnie aeree che siano concessionarie di servizi aerei di linea purchè membri della International Civil Aviation Organisation (I.C.A.O.)

Non tutte le agenzie sono concessionarie della Iata ma solo quelle che hanno ricevuto l'approvazione e per conseguenza sono dotate delle piastrine delle compagnie aeree per l'emissione dei biglietti. La sede della Iata è a Ginevra e ogni stato ha la sua compagnia di bandiera (Alitalia per noi)

Incentive Tours, convention, eventi aziendali Gruppi di persone, cosiddetti chiusi, ad esclusione della partecipazione dei familiari, organizzati da aziende come viaggi di istruzione o viaggi premio

Inclusive Tour Sono viaggi tutto compreso cioè trasporto aereo-servizi a terra- trasferimenti-escursioni...

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

In – Out Si usano negli alberghi per indicare il giorno di arrivo IN ed il giorno di partenza OUT. Solitamente le camere vengono consegnate ai clienti a partire dalle ore 15.00 e devono essere rilasciate il giorno della partenza alle ore 10.00. Se si arriva in serata (dopo le ore 19) è buona norma avvisare l'albergatore del proprio arrivo in modo che questo non pensi ad un no-show e possa rivendere la nostra camera. Su richiesta è possibile prolungare l'orario di rilascio della camera, (late check-out) in relazione alla disponibilità dell'hotel, fino al massimo alle ore 18.00 con supplemento del 50% della tariffa in vigore. Le operazioni di check-out devono essere effettuate la sera prima della partenza.

Jet-Lag Si tratta di un effetto psico-fisico in cui si trova il passeggero per la differenza dei fusi orari esistenti tra il punto di partenza ed il punto di arrivo . Di solito gli effetti si verificano con almeno la differenza di 3 fusi orari e possono portare nausea stanchezza sonnolenza e vengono assorbiti nel giro di massimo 3 giorni. Dipendono molto dalle caratteristiche psico fisiche del viaggiatore.

Kick-Off Dinner è un banchetto/pranzo di lavoro col quale viene inaugurato un meeting

Kinderheim Un luogo separato e riservato ai bambini, viene messo a disposizione delle famiglie dove i bimbi usufruiscono di continua assistenza durante la vacanza

Land Arrangement Sono i servizi a terra come trasferimenti visite escursioni ristorazione...

Legacy Carrier (Major carrier) è una compagnia aerea di grandi dimensioni e per distinguerla da una compagnia aerea standard o low cost o altre di più piccole dimensioni. Quantità maggiore di aeromobili , gestiscono più hub...

Linea L'espressione volo di linea si usa per precisare che non si tratta di volo charter. Volo quindi operato dalle compagnie di bandiera e non utilizzato, noleggiato dai tour operator per gruppi.

Local Time Si intende l'ora locale della città/ paese in cui si arriva. Importante soprattutto per le coincidenze è sapere che gli orari dei voli sono sempre espressi in ora locale. Un asterisco specifica se si arriva il giorno successivo a quello di partenza.

Lodge Significa letteralmente casetta alloggio. Di solito si intende un albergo di modeste dimensioni situato in zone turistiche e interessanti per la flora e la fauna circostante. Talvolta il lodge è costituito da una serie di bungalow.

Lost and Found Si intende un ufficio, di solito all'interno degli aeroporti, dove vengono denunciati e custoditi gli oggetti ed i bagagli smarriti dei viaggiatori. Si ricorda che in caso di mancato arrivo della propria valigia sul nastro trasportatore di un volo, il passeggero deve recarsi all' ufficio Lost and Found prima di lasciare l'aeroporto e fare la relativa denuncia.

Lounge Una sala d'albergo riservata solitamente per piccoli meeting o come sala di attesa

Lunch è il pranzo di mezzogiorno a volte può essere sostituito da un **basket-lunch** o cestino da viaggio **Dinner** si riferisce invece alla cena.

Mailing-List è la lista passeggeri che viene conservata dal tour leader che accompagna un gruppo

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Mark-up o provvigione o commissione. Consiste nella differenza tra il costo reale ed il prezzo di vendita al cliente e costituisce il guadagno dell'agenzia.

Master-ticket E' un biglietto nel quale figura solo il nome del tour leader ma ad esso viene allegato l'elenco dei passeggeri costituenti il gruppo

M.C.O. Michellaneous Charges Order detto em si o all'inglese. E' un voucher che può essere messo per: pagamento per esempio delle tasse di imbarco se non presenti sul biglietto – come pagamento per eccedenza bagaglio – per il pagamento di un passaggio di classe es dalla economy alla business – come pagamento di servizi extra (escursioni visite ecc). Costituisce un documento complementare al biglietto aereo.

Meeting Point negli aeroporti o negli hotel è il punto di incontro tra la guida ed i viaggiatori

Memo si tratta di documenti con cui le compagnie aeree comunicano all'agenzia un addebito o un accredito (**debit memo o credit memo**) per un errore di tariffa, un rimborso di un tagliando non usufruito ecc

Migliaggio E' la distanza tra un punto ed un altro percorso in aereo. Importante per il **maximum permitted milleage** cioè il massimo migliaggio consentito nella costruzione di una tariffa aerea

sommando tutte le soste intermedie. Es per andare a Parigi partendo da Roma fermandosi a Milano e Zurigo non si devono superare determinate miglia

Motel sono alberghi ubicati su grandi vie di comunicazione stradale frequentati per brevi soste e dotate di ampi parcheggi

No-show significa non presentazione e determinano un grave disagio per il trasporto aereo ed i vettori. Alitalia afferma che il 34% dei voli interni subisce il fenomeno di no-show determinando una grave perdita per il vettore. A fronte di questo le compagnie prendono più prenotazioni di quante possibili su un aeromobile per contrastare questo problema ma se tutti si presenteranno e non ci saranno no-show si incappa nell'overbooking (vedi overbooking)

Open biglietto aperto . E' un biglietto acquistato per una tratta senza specificare giorno ora e assegnazione del posto

Optional Sono servizi opzionali quindi non compresi nel prezzo relativi ad escursioni visite o altri servizi

Origine e Destinazione: il punto di origine del volo è sempre l'aeroporto di partenza. Sia per i viaggi one way (solo andata) sia per i viaggi round trip (andata e ritorno) In un biglietto round trip il punto di destinazione corrisponde al punto di partenza Es Milano Londra Milano: Milano è punto di origine e destinazione mentre Londra rappresenta il punto di **Turn Around**

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Over Rappresenta una over commission una commissione extra che viene riconosciuta al raggiungimento di determinati obiettivi.

Overbooking Significa l'eccessivo numero di prenotazioni effettuate dagli operatori turistici rispetto alle capacità ricettive. (voli-hotel) Vettori aerei ed albergatori ricorrono all'overbooking per tutelarsi dagli annullamenti e dai no-show**Opzione** (**OPZ**)E' la richiesta NON impegnativa di bloccare la camera o i posti volo o traghetto ma non l'obbligo di comprare. L'opzione dura solo pochi giorni e, sotto data o in alta stagione, può durare poche ore o non essere concessa.

Parador Sono strutture alberghiere tipicamente spagnole, spesso si tratta di antiche costruzioni riadattate ad alberghi come castelli, ex conventi ecc situati in posizione interessanti a livello turistico.

Parity rate è quella clausola sul contratto tra albergatore e OTA (on line travel agency) nella quale l'hotel deve garantire l'identico prezzo su tutti i canali distributivi. Tale clausola deve essere concordata tra le parti e non deve essere imposta unilateralmente.

Pax molto usato nel gergo turistico identifica le persone: gruppo di 35 pax

Pick-Up – Drop Off Si riferisce al noleggio auto. Pick-up il punto di noleggio auto e Drop Off il punto di riconsegna dell'auto. A volte esiste un surcharge per il drop off in località diversa dal pick-up Es: noleggio a Los Angeles e riconsegno a San Francisco.

Plafond Valutario è il tetto massimo relativo alle restrizioni alle libera circolazione di denaro

Pool-Code Share E' un accordo tra imprese, compagnie aeree che lavoreranno in Pool es Alitalia/Air france

Pow-Wow Fiera turistica tra operatori turistici americani e operatori turistici di altre parti del mondo (tipo la nostra Bit a Milano)

P.N.R. Passenger name Record Itinerario del passeggero con tutti i dati relativi alla sua prenotazione (nome cognome itinerario tariffa) Pnr del Crs e Pnr della Compagnia aerea.

P.T.A. Prepaid Tichet Advise è una comunicazione scritta con cui una compagnia aerea informa un passeggero che ha a disposizione un biglietto aereo prepagato da altri.

Programma di Viaggio è un opuscolo contenente tutte le informazioni necessarie per compiere un viaggio (sintetico e dettagliato)

Quota importo del viaggio stabilito dal fornitore e può essere netta (al netto della commissione) importo solo per il consulente oppure commissionabile quando è già inserita la provvigione di spettanza

Residence Unità abitative noleggiate per una settimana o anche lungo tempo costituite da più locali con servizi autonomi di cucina

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

© Copyright All rights reserved

Richiesta impegnativa (RQ) Quando il tour operator parla di richiesta impegnativa significa che il cliente si prende la responsabilità di garantire che acquisterà quella determinata camera o posto se si tratta di un tour. (è l'opposto della Opzione) L'agente di viaggio richiederà al cliente un acconto che copra l'importo della eventuale penale in caso di annullamento poiché se il tour operator cerca la disponibilità e la trova automaticamente passerà alla prenotazione senza richiedere una riconferma al cliente che si era già impegnato a confermare in caso di conferma del posto. Se invece il tour operator non troverà la disponibilità richiesta ma offrirà una alternativa il cliente potrà accettare o meno questa soluzione. Se non la dovesse accettare l'importo versato verrà completamente rimborsato.

Riconfema il passeggero dovrà avvertire la compagnia aerea per la riconferma del proprio volo cioè il suo intento di far uso del proprio biglietto aereo acquistato in precedenza.

Riproteggere Accade ad esempio quando un passeggero ha perduto la prenotazione aerea per molteplici motivi (overbooking-annullamento di un volo...) In tal caso la compagnia aerea si adopera a ripoteggere il pax e riprenotare un posto su un altro aeromobile proprio o di altra compagnia. La compagnia è tenuta a riproteggere il passeggero se esiste un suo errore o può riproteggere il passeggero facendo pagare una differenza se la colpa può essere imputata al passeggero stesso.

Room Stanza d'albergo. Doppia (dbl) Double è la camera con un letto per due persone Twin è la camera con due letti - Singola (Sgl) Doppia uso singola (Dus) Tripla (Tpl) Quadrupla (Qdl)... Negli Usa la tipologia di camera è differente, possiamo avere King matrimoniale a due piazze - Queen Room letto alla francese (come le nostre doppie... letto per due persone) – Extra bed è il letto aggiunto (attenzione che a volte può essere una brandina o letto da campeggio per i più piccini) – Family Room è una camera più grande adatta alle famiglie – Suite una camera di categoria lussuosa, la migliore in hotel (con varie categorie di suite, quasi sempre con nomi altisonanti come

Junior Suite, Deluxe Suite, Executive Suite, Presidential Suite). Le camere comunicanti sono due camere separate in cui una porta interna permette di accedere dall'una all'altra senza uscire in corridoio. Il termine inglese è interconnecting o connecting rooms Differenti dalle camera adiacenti si tratta di due camere vicine ma non necessariamente comunicanti.

Camere vista mare o altre tipologie di camere possono avere dei supplementi attenzione alle tabelle di ciascun hotel.
"Per person sharing" e corrisponde all'italiano "a persona in camera doppia/tripla"
Gli hotel danno il costo della camera non il prezzo a persona .Il prezzo a persona è dato quando si ha un pasto es € 100 per persona in camera doppia in mezza pensione.
Negli Stati Uniti anche se la camera è stata prepagata dall' Italia richiedono sempre una carta di credito a garanzia quindi dovrete consigliare il cliente di aumentare il plafond della carta, in effetti non vengono prelevati soldi ma l'importo viene "congelato" e rilasciato al momento del rilascio della camera. Non sempre però questo "congelamento" avviene in tempo reale quindi la carta può risultare non utilizzabile !!

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Routing e Rerouting Percorso che effettua un aeromobile dall'aeroporto di origine del volo a quello di destinazione. Il rerouting è un nuovo istradamento o modifica di itinerario. Alcune tariffe aeree non permettono il rerouting, controllare le note di ogni tariffa

Sales Promoter Addetto alle vendite per conto o in rappresentanza di una compagnia aerea, marittima o tour operator.

Sales Manager è il direttore vendite

Season è la stagionalità che si applica per il turismo. Low season bassa stagion**e** Hight season alta stagione Peak season è altissima stagione (capodanno pasqua ferragosto...) con tariffe differenti a seconda della stagionalità**Routing e Rerouting** Percorso che effettua un aeromobile dall'aeroporto di origine del volo a quello di destinazione. Il rerouting è un nuovo istradamento o modifica di itinerario. Alcune tariffe aeree non permettono il rerouting, controllare le note di ogni tariffa

Sales Promoter Addetto alle vendite per conto o in rappresentanza di una compagnia aerea, marittima o tour operator. **Sales Manager** è il direttore vendite

Season è la stagionalità che si applica per il turismo. Low season bassa stagione Hight season alta stagione Peak season è altissima stagione (capodanno pasqua ferragosto...) con tariffe differenti a seconda della stagionalità

Seventy Five o 75% era la percentuale di sconto sul costo del biglietto aereo offerto dalle compagnie aeree agli advertising

Shuttle trasporto-navetta collegamento tra due località relativamente vicine

Sigle Aeree Servono per ricordare gli scali aeroportuali con una sigla formata da 3 lettere e le compagnie aeree con due lettere Roma potrà essere ROM o FCO per Fiumicino NYC è new York JFK è l'aeroporto kennedy di New York LGA è l'aeroporto La Guardia di New York. AZ è l'Alitalia AA è la American Airlines EK è la Emirates Airlines.....

Symposium o Simposio si tratta di un convegno organizzato con la partecipazione di studiosi ricercatori o imprenditori per discutere e studiare problemi di argomenti di comune interesse

Split – Splittare Significa divisione-dividere. In un Pnr può essere utile splittare la prenotazione per cancellare un solo pax all'interno del pnr o per modificare la prenotazione non per tutti ma per un singolo passeggero.

Stand-by nel settore aereo esiste la preventiva prenotazione di un posto . Su alcuni voli molto frequenti è sufficiente presentarsi all'imbarco con il biglietto aereo ma senza la prenotazione del posto stesso.

Sticker veniva usato dalle compagnie aeree quando c'era un cambio prenotazione che non obbligava alla riemissione del biglietto aereo. Si apponeva uno sticker con la modifica.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Stopover Sosta volontaria in un punto intermedio del viaggio. Nella regola tariffaria bisogna controllare che ci sia la dicitura stop over permitted in alternativa con la dicitura stopover no permitted non sarà permesso alcuno stop.

Surface Tratta non volata. Es Roma Vienna Budapest Vienna Roma la tratta Vienna Budapest verrà effettuata in aliscafo lungo il Danubio...

Tassa di Soggiorno L'imposta di soggiorno, detta anche tassa di soggiorno, è un'imposta di carattere locale applicata a carico delle persone che alloggiano nelle strutture ricettive di territori classificati come località turistica o città d'arte. Viene versata direttamente all'hotel ma non sarà di sua competenza ma del Comune al quale verrà versata dall'hotel stesso.

Tassa di Uscita Alcuni Paesi applicano una tassa di ingresso o di uscita dal Paese che verrà versata direttamente in aeroporto da parte del cliente o in moneta locale o in Usd

Terminal Bus terminal / Air terminal si riferisce al capolinea o alla aerostazione. In alcuni aeroporti il volo può arrivare da un terminal e ripartire da un altro, controllare sempre sul time table in aeroporto

Ticket – Ticketing Il ticket è il biglietto (aereo) il Ticketing è l'atto di emissione del biglietto

Ticheting Time Limit è il tempo limite per l'acquisto del biglietto aereo.

Time Table è l'orario dei voli /treni/traghetti ecc... in America chiamato anche **Schedule** (il volo è schedulato per le ore 10.00)

Visto di ingresso-Visa Il visto d'ingresso è l'autorizzazione concessa agli stranieri per l'attraversamento delle frontiere e, quindi, per l'ingresso nel territorio. Ogni Paese ha le sue regole che si possono consultare sul sito della Farnesina http://www.viaggiaresicuri.mae.aci.it/

Voucher è il documento che attesta la prenotazione di un servizio. Sul Voucher Turistico verranno quindi riportati di dettagli della prenotazione, ovvero, nel caso di soggiorno data di arrivo, data di partenza, dettagli in base al luogo, (villaggio, albergo o casa in affitto a scopo turistico) quali nominativo del luogo di alloggio, indirizzo, numero di telefono, fax, mail ecc..., il costo e la certificazione di avvenuto pagamento.

Visto d'ingresso è una autorizzazione concessa allo straniero per l'ingresso in un Paese straniero

Volo Charter quando il tour operator noleggia posti su un volo e li rivende inserendoli in un pacchetto turistico e sarà riconfermato 24 ore prima della partenza

Volo di Linea sono servizi di trasporto aereo o merci effettuati in base ad un orario pubblicato con caratteristiche di regolarità e frequenza tali da costituire un evidente serie sistematica di voli

Volo low cost Una compagnia aerea a basso costo (in inglese, low-cost airline) è una compagnia aerea che offre voli a prezzi inferiori rispetto alle compagnie aeree di bandiera.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Inoltre possiamo parlare di **Corto Medio e Lungo Raggio** si intende la distanza che c'è dal punto di partenza al punto d'arrivo inbase al tempo di percorrenza dei voli

Corto Raggio si considera Italia ed Europa

Medio Raggio quando si resta tra le 4 e le 6 ore di volo

Lungo Raggio oltre le 6 ore di volo

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

© Copyright All rights reserved

Parte C
TIPOLOGIE DI VIAGGIO E SPECIALIZZAZIONI

L'agente di viaggi e' sempre stato abituato a lavorare in agenzie generiche dove chiunque entri nel tuo ufficio può chiedere una qualsiasi destinazione del mondo e questo rende molto generiche le richieste e tutt'altro che facile il lavoro.
Partiamo dal presupposto che non potrai mai conoscere tutto di tutti i Paesi, il mondo è grande ed i Paesi da visitare sono tantissimi, come tantissime sono le caratteristiche e le cose da vedere all'interno di ognuno di essi. Certo la specializzazione premierebbe la buona riuscita di una vendita ma questo è un altro capitolo...
Diciamo che almeno una "infarinata" dei paesi turistici bisogna averla poi sta ad ogni Consulente di viaggio interessarsi e studiare le destinazioni che ti vengono richieste e, l'esperienza e gli anni, di certo ti aiuteranno a gestire al meglio il cliente.
Comunque, per iniziare, un consiglio è avere davanti a te un bel planisfero e capire dove sono i paesi, su che fascia sono ubicati per stabilirne il clima e capire come arrivarci. Lo studio personale è essenziale in questo lavoro, la geografia deve essere il tuo pane quotidiano !

Facciamo quindi una panoramica generale delle destinazioni e delle tipologie di viaggi più richieste dal mercato italiano.

TIPOLOGIA DI VIAGGI

Pacchetti con volo charter

Ci sono paesi che si raggiungono con voli charter e questa è già una grande fetta del nostro lavoro Sono i paesi più facilmente raggiungibili con volo diretto e con un'assistenza da parte del tour operator organizzatore. Si tratta dei viaggi più " facili " per quegli italiani che non hanno mai viaggiato o comunque che prediligono la vacanza tutto compreso senza avere troppi problemi di come organizzarsi una volta arrivati sul posto o di come parlare una lingua che non conoscono.
Il pacchetto charter aiuta in questo senso perché il turista sarà sempre assistito durante la vacanza.

All'aeroporto di partenza troverà personale chi lo aiuterà nelle operazioni di imbarco, solitamente c'è un banco assistenza al quale ci si dovrà rivolgere per la consegna dei documenti e un addetto del tour operator indicherà esattamente dove andare per il check- in e per l'imbarco.
Tutti i voli chater sono da riconfermare 24 ore prima della partenza sia per andata che per il rientro

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Una volta arrivati a destinazione, dopo il ritiro dei bagagli, un altro assistente attenderà il nostro turista e lo accompagnerà con un pullman al proprio albergo. Sul bus del trasferimento verranno spiegate le principali caratteristiche della destinazione da come telefonare, a dove cambiare la moneta locale, come rivolgersi all'ufficio escursioni, a che ora serviranno i pasti in hotel ecc..

Durante il soggiorno (tour o soggiorno mare) un assistente sarà sempre a disposizione per ogni informazione o necessita' e, soprattutto, questo assistente parlerà la nostra lingua !

Il giorno della partenza per il viaggio di ritorno poi, sarà dato ai clienti un appuntamento nella hall del proprio albergo e verrà effettuato il trasferimento per l'aeroporto in tempo utile per il volo di rientro.
Tutto quindi molto semplice. Il cliente sarà super coccolato per non avere problemi e pensieri vari.

Crociere o viaggi in Pullman
Stessa cosa vale per esempio per le crociere o i viaggi in pullman in partenza dall'Italia (qui non abbiamo la necessità di prendere aerei) .
Tutto è molto semplice e di facile realizzazione perche' un accompagnatore che parla italiano sarà sempre con i nostri clienti e se ne avranno necessita' sapranno a chi rivolgersi in qualsiasi momento.

Voli di linea
Parliamo sempre di viaggi organizzati che prevedono però località non raggiunte dai semplici e comodi voli charter .
Si tratta delle destinazioni dove è necessario prendere un volo di linea, a volte diretto sulla destinazione ed a volte con scalo.
Cosa vuole dire?
Possiamo avere un scalo tecnico se il cliente rimane sull'aeromobile o viene portato in una sala di attesa, in transito e poi reimbarcato sullo stesso volo.
Lo scalo però il più delle volte prevede che il passeggero dovrà cambiare aeromobile per proseguire il proprio viaggio e raggiungere la destinazione finale.
Per esempio un volo British Airways che parte da Milano con destinazione finale New York e con scalo e cambio di aeromobile a Londra (città base della compagnia British Airways)
In questo caso sarebbe meglio conoscere almeno un pochino di inglese (lingua sicuramente più parlata al mondo) giusto per sapersi muovere all'interno degli aeroporti di transito o rivolgere qualche parola al personale di dogana che potrebbe fare qualche domanda .

Anche in questo caso, se parliamo di viaggio organizzato, saranno previsti i trasferimenti dall'aeroporto alla prima struttura.
Questi trasferimenti possono essere fatti direttamente dal corrispondente in lingua italiana o in lingua locale.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Nei tour organizzati possiamo trovare:

- un accompagnatore che parla italiano e che starà sempre con il gruppo
- un accompagnatore italiano e le varie guide locali nelle diverse città visitate
- nessun accompagnatore italiano ma solo le guide nelle diverse città toccate dal tour, in questo caso la guida sarà multi lingue quindi una persona che parlerà inglese/tedesco/spagnolo/francese e anche l'italiano.
- una guida che parla esclusivamente inglese o francese o spagnolo ecc..

Sarà quindi nostra cura spiegare esattamente al nostro cliente durante la trattativa ogni singola tipologia di viaggio, in modo che sappia cosa è compreso o meno e come regolarsi una volta arrivato sul posto.
E' indispensabile per noi capire il cliente al quale ci stiamo rivolgendo per consigliare al meglio la tipologia di viaggio giusta per lui.

Fly & Drive
Altro modo di viaggiare è il fly and drive. Qui necessariamente i clienti dovranno sapersi arrangiare da soli durante la loro vacanza. Fermo restando che ci sarà sempre un'assistenza locale (spesso solo in inglese) il viaggiatore arriverà in aeroporto, dovrà recarsi all'ufficio noleggio auto e guiderà da solo per l' itinerario che avrà scelto. Se hai prenotato un fly and drive con l'aggiunta delle prenotazioni alberghiere o anche open voucher il cliente avrà già gli alberghi prenotati ma check in e check out dovranno essere fatti da lui personalmente, non ci sarà un assistente a guidarli in ogni loro mossa per questo è importante che la persona alla quale ti rivolgi sappia muoversi in autonomia nel disbrigo di ogni pratica.

Tutto ciò è per farti capire che per la buona riuscita di un viaggio tutto dipende dal capire chi abbiamo davanti per proporre la migliore soluzione.
Se vendi un fly and drive negli Stati Uniti ad una persona che non è mai uscita dall'Italia, che non parla una parola di inglese, che non ha mai guidato un'auto con cambio automatico... capisci che le difficoltà saranno molte e a volte insormontabili !! e queste situazioni possono pregiudicare il buon esito della vacanza. Qui è assolutamente necessaria la tua consulenza.

Questo succede spesso nei viaggi di nozze quando due ragazzi giovani non vogliono il viaggio di gruppo e preferiscono stare soli ma poi si trovano a dover affrontare problemi che potrebbero rovinare la loro luna di miele... Devi fare molta attenzione a queste situazioni e spiegare esattamente quello a cui andranno incontro !
Devi cercare di dirigere la loro scelta su una vacanza adatta a loro e consona alle loro aspettative.

Per contro non cercherai di vendere una vacanza "tutto compreso" al classico viaggiatore "fai da te" che ha sempre organizzato i suoi viaggi in autonomia, che conosce le lingue, che sa destreggiarsi con facilità negli aeroporti o negli alberghi... solitamente è una tipologia di cliente che chiede informazioni a te solo perchè non ha il tempo di organizzare le proprie vacanze.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

© Copyright All rights reserved

Chi si rivolge a te vuole una consulenza anche in questo senso. L'importante è spiegare bene quello che gli stai vendendo poi certo, la decisione finale sarà la sua, ma avrai la coscienza a posto e saprai di aver fatto tutto il possibile per illustrare quello che la vacanza può offrire, pro e contro.

Detto ciò, ribadendo che non si può fare in questa sede un corso di geografia, ecco una carrellata delle destinazioni più richieste, **partiamo dai luoghi raggiungibili con il charter.**

Nel bacino del **Mar Mediterraneo** possiamo elencare la Spagna
- Canarie:Tenerife Gran Canaria Fuerteventura Lanzarote
- Baleari : Ibiza Maiorca Minorca e Formentera quest'ultima prevede il volo su Ibiza
- Sud della Spagna: con soggiorno in Costa del Sol o il bellissimo tour per esempio dell'Andalusia

La Grecia :
- tour nel continente con arrivo del volo su Atene
- soluzioni per le isole minori come vacanza soggiorno mare
  Ad oggi le principali isole collegate all'Italia dal volo charter sono le isole maggiori: Creta e Rodi. Le Cicladi: Mykonos Santorini Paros. Le isole del Dodecanneso: Kos - Karpathos oppure le Sporadi con Alonissos e i vari collegamenti da ognuna di queste isole alle isole minori vicine e raggiungibili con i traghetti.
  (Ricordiamo che i pacchetti con charter operano di solito da Maggio a Settembre)

Spostandoci a Sud verso il **Nord Africa** troviamo
- Tunisia: la costa o l'isola di Jerba
- Mar Rosso: Hurgada Sharm El Sheikh Marsa Alam Berenice - quest'ultima con volo su Marsa Alam)
- Egitto: Marsa Matrouh (che si affaccia sul Mediterraneo quindi no barriera no Mar Rosso) o Luxor per le partenze delle crociere sul Nilo .

Attenzione perchè da qualche tempo il charter viene sostituito dai voli low cost...questo perchè offre meno impegno economico da parte del tour operator e più scelta nei giorni di partenza e rientro.

Per le mete del **Medio Raggio** -
- Mar Rosso e Canarie già descritte sopra sono vendibili tutto l'anno per il loro buon clima e le poche ore di volo dall' Italia

  Per rimanere intorno alle 6/8 ore di volo e clima più caldo:
- Le isole di Capo Verde, il Senegal (che non sempre offre il volo charter),
- Kenya con volo su Mombasa (ottimo per i soggiorni mare o per i safari in partenza della

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

costa)
- Zanzibar che può essere abbinata a Safari in Tanzania.

Lungo Raggio
Se ci dirigiamo invece verso ovest ad una decina di ore di volo troviamo la **fascia caraibica:**

- Cuba (voli su Havana e Varadero per il Nord oppure Holguin e Guardalavaca per il Sud o Cayo Largo)
Cuba e' forse l' isola che offre di più nella zona caraibica in quanto, oltre ad avere una mare molto bello, ha la possibilità' di diversi percorsi interessanti in tour liberi o organizzati, in hotel e da poco anche nelle case particular per chi preferisce il contatto con la popolazione locale.
- La Repubblica Dominicana (Santo Domingo) con gli aeroporti di La Romana -Punta Cana principalmente
- La Jamaica con Montego Bay (di solito collegata solo dall'aeroporto di Malpensa)
- L 'Honduras con Roatan
- Il Messico con l'aeroporto di Cancun e anche qui, come per Cuba, diverse sono le possibilità di organizzare dei tour nella vasta penisola dello Yucatàn abbinate ad un soggiorno mare nella costa che da Cancun scende verso la Riviera Maya con Playa del Carmen Tulum ecc….

Altre destinazioni del lungo raggio hanno voli charter che non seguono però una programmazione continua, a volte vengono sospesi in alcuni periodi dell'anno come per il Brasile a Natal, la Thailandia con charter su Phuket via Bangkok …

Queste sono le località facilmente raggiungibili per mezzo dei charter.
(vedi meglio la sezione biglietteria con le differenze charter/linea)

Tutto il resto della programmazione (ad oggi) è effettuato con voli di linea, con pacchetti organizzati o con la creazione di pacchetti viaggio su misura.

Una volta stabilite le destinazioni maggiormente richieste dal mercato italiano, ecco quale tipo di viaggio possiamo organizzare al nostro cliente:

Il cliente ti può richiedere diverse tipologie di viaggio, ecco cosa possiamo offrire:
- solo volo
- solo servizi a terra
- crociera
- viaggio fly and drive
- tour organizzato
- visto, oppure un visto e assicurazione per un parente o amico che viene in visita in Italia...

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

- biglietti per la partita della squadra del cuore in trasferta all 'estero (ci sono tour operator specializzati in questo)
- viaggi sportivi in Mountain bike
- trekking in Nepal o sul Kilimangiaro
- vacanza di sci in Canada o con la motoslitta nel nord Europa
- safari in Africa
- pesca alla Mosca in Argentina
- parchi divertimento : visita alla casa di Babbo Natale a Rovaniemi oppure un week-end con la famiglia e i bambini a Disneyland, i diversi parchi tematici
- crociera fluviale
- vacanza in house boat sul fiume
- vacanza sub
- vacanza in barca a vela.
- gita scolastica o viaggi di gruppo con partenza dalla tua città.
- matrimonio all'estero o il rinnovo della promessa di matrimonio (ci sono Paesi dove il matrimonio è riconosciuto in Italia e altri no)

Le richieste come vedi possono essere davvero molteplici ! Non farti trovare impreparato, leggi i giornali di settore e le riviste di viaggi per essere sempre informato sulle ultime novità e sulle possibilità che il turismo offre e proponi tu stesso ai clienti repeater nuove mete.
Studia le programmazioni dei tour operator per sapere su quali destinazioni operano e su quelle destinazioni che tipo di programmazione offrono...

SPECIALIZZAZIONI

La capacità di essere esperti in una destinazione specifica può aiutare molto nella vendita. Passare al cliente come veri esperti sulla destinazione, come persone alle quali chiedere variazioni su un itinerario base, informazioni dettagliate su quanto si andrà a visitare, come fare un percorso piuttosto che un altro, quale tipo di strutture proporre in base al cliente ed alle sue esigenze è un aiuto molto valido per il cliente stesso.

Per diventare un esperto su un prodotto in particolare oggi non è molto difficile. Molti enti del turismo organizzano corsi on line e incontri formativi (serate evento, workshop, training in aula) e danno anche la possibilità di partecipare ai Farm Trip che vengono organizzati ogni anno.
Non potrai mai essere approssimativo, il cliente spesso quando decide una destinazione ne conosce già ogni aspetto, esperto significa conoscere tutto di quel posto, sei tu che devi consigliare non devi farti sorprendere impreparato se vuoi passare da esperto di quella destinazione.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Cosa scegliere nella tua specializzazione? Bè diciamo che se conosci personalmente un Paese questo è già un grande vantaggio, se poi questo Paese ti è anche entrato nel Dna per qualche motivo… allora tutto diventerà più facile perchè studiare qualcosa che amiamo è decisamente più interessante !
Scegliete quindi una località e informatevi su ogni cosa, visitate più volte la località e rimanete aggiornati sulle novità che quel luogo può offrire.
Il clima, il periodo migliore, quali compagnie volano, le escursioni che propone questo Paese, alcuni aspetti interessanti sulla cucina, sui costumi locali, sulle caratteristiche e particolarità del posto, se necessita di vaccinazioni o visti…. Tutti validi elementi che dovrai conoscere se ti avvicini ad una destinazione, tutte informazioni utili che potrai dare al tuo cliente e che ti renderanno esperto e vero conoscitore .

Della località dovrai anche conoscere i competitors. Devi sapere chi propone quella destinazione, cosa propongono e come, eventualmente, modificare gli itinerari ed i pacchetti, cosa è possibile e cosa invece sarebbe impossibile fare per problemi vari di spostamenti, abitudini locali ecc….
Una volta che saprai come arrivare, cosa offrire, come interessare il cliente è utile creare un blog ed aggiornare i tuoi social per farti conoscere al pubblico che apprezzerà sicuramente ogni "indizio" che periodicamente saprai offrire. Nel mondo del web dove tutto è a portata di mano devi essere tu a fare la differenza e informare e incuriosire il tuo potenziale cliente.

La specializzazione può essere rivolta non solo ad una destinazione ma anche ad un settore: i viaggi di nozze, il business, l'incoming, i gruppi, gli incentive, il benessere, lo sport…. Al giorno d'oggi è davvero MOLTO importante passare come esperti e, come dicevamo prima, è essenziale lo studio e l'aggiornamento quotidiano.

Matrimoni: ci sono alcune località che sicuramente vengono richieste più di altre quindi iniziamo a consultare le riviste che parlano di matrimoni o i cataloghi dei tour operator per conoscere quella che è la domanda e l'offerta.

Cosa devi sapere?

- Alcune coppie ti chiederanno di sposarsi all'estero per cui devi conoscere quali Paesi offrono questa possibilità
- che tipo di documenti dovranno preparare gli sposi prima del matrimonio
- se entrambi gli sposi sono italiani oppure se uno dei due fosse straniero quindi con regole diverse dalle nostre
- se è necessaria una traduzione dei documenti da presentare in loco
- che tipo di cerimonia sarà possibile celebrare (civile o religiosa)
- quanto tempo prima si dovranno muovere per l'organizzazione
- se è necessario fare le pubblicazioni in Italia

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

© Copyright All rights reserved

- che pacchetti honey moon è possibile organizzare (fotografo, torta, testimoni, pasti …)
- se il matrimonio è riconosciuto o meno nel nostro Paese.

Diverso è il discorso per le promesse di matrimonio o il rinnovo della promessa di matrimonio eseguiti solo in forma "turistica" quando gli sposi cioè si sono già sposati in Italia ma vogliono una cerimonia solo "folkloristica" in un altro Paese…

E' quindi importante capire, anche in questo caso, quello che cercano i futuri sposi e sapere dare tutte le informazioni necessarie per semplificare le procedure e l'ottenimento della documentazione.

Matrimoni di stranieri in Italia: anche qui stesso discorso del paragrafo precedente...
In più, in questo caso, dovrai conoscere le abitudini degli stranieri con i quali tratti se questi vorranno comunque mantenere le loro usanze oppure sceglieranno il matrimonio tipico italiano

Le domande utili da fare per uno straniero che vuole sposarsi in Italia potrebbero essere:

Per la/le giornate prima del matrimonio
- Data e luogo di partenza se necessitano dei voli per raggiungere l'Italia
- Trasferimenti ed accoglienza in Italia
- Sistemazione prima della cerimonia
- Numero dei partecipanti oltre gli sposi ed eventuali loro attività da offrire

Per il loro viaggio di nozze in Italia
- Tipologia di viaggio (soggiorno- tour – località specifiche)
- Durata
- Tipologia di sistemazione (hotel - villa - albergo di charme - agriturismo…)
- Lista nozze on line
- E sicuramente budget

Un consiglio..... molto utile sarebbe appoggiarsi ad un wedding planner che ti potrà aiutare, o meglio ancora si occuperà personalmente di tutti i dettagli che riguardano il giorno della cerimonia: dalle bomboniere, al coiffeur, al fotografo, alla location, al catering….e lascerà a te l'organizzazione di quello che saranno i servizi di trasferimenti, location per il viaggio di nozze o gestione del viaggio per amici e parenti.

Business Travel : un altro settore molto interessante è il business travel quindi tutto ciò che si occupa dei viaggi di lavoro, delle trasferte dei dipendenti, degli incentive e meeting, i team building che l'azienda organizza per i propri dipendenti oppure per i clienti.
La biglietteria aerea, le prenotazioni alberghiere, i transfer dall'aeroporto, i noleggi auto….

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

L'organizzazione degli eventi prevede attività che vanno dalla scelta della location alla definizione del viaggio in toto. Qui tutto deve essere curato veramente nei minimi dettagli, deve esserci un supporto organizzato e tutta una serie di aspetti tecnici che non vanno trascurati:

- Sala conferenza (capacità e attrezzatura richiesta)
- Cabine traduzione o traduttore
- Speech support
- Regia audio, video, luci, computer
- Preparazione slide relatori
- Bruch e coffee break
- Cartelle del programma per ogni partecipante da consegnare prima della partenza o in camera
- Serate particolari o spettacoli o visite
- Cena di Gala

Gruppi: possiamo trovare in questa sezione del turismo gruppi di diversa tipologia: dalle gite scolastiche, ai gruppi organizzati dai comuni o dalle parrocchie o da un "capo gruppo" , gruppi per eventi sportivi, concerti o spettacoli musicali…

A seconda del settore del quale vorrai occuparti sarà utile conoscerne le caratteristiche e le esigenze.

Se si parla per esempio di gruppi per eventi sportivi o musicali ci informeremo sul trasporto in aereo delle attrezzature sportive o degli strumenti (kite - sci - biciclette - sacche da golf - strumenti musicali…)

Se si parla di gite scolastiche per esempio dobbiamo sapere che può servire:

Per i noleggiatori: Iso 9001
La Norma specifica i requisiti che un sistema di gestione per la qualità deve possedere per costituire dimostrazione della capacità di un'organizzazione di fornire prodotti conformi ai requisiti dei clienti ed alle prescrizioni regolamentari applicabili ed è finalizzata ad accrescere la soddisfazione del cliente.

Durc Documento Unico Regolarità Contributiva *è l'attestazione dell'assolvimento, da parte dell'impresa, degli obblighi legislativi e contrattuali nei confronti di INPS, INAIL e Cassa Edile. Serve per tutti gli appalti e sub-appalti di lavori pubblici (verifica dei requisiti per la partecipazione alle gare, aggiudicazione alle gare aggiudicazione dell'appalto, stipula del contratto…)*

Fattura Elettronica *Ministeri, Agenzie fiscali ed enti nazionali di previdenza, a partire dal 1 gennaio 2019 non potranno più accettare fatture emesse o trasmesse in forma cartacea*

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Quello che devi chiedere per l'organizzazione di un gruppo in fase di richiesta dati, per avere ogni dettaglio e preparare quindi una proposta specifica e dettagliata al cliente è:

Sapere quante saranno le persone paganti (cioè le persone che si dovranno accollare il costo degli accompagnatori free- non paganti)

Nelle gite scolastiche ai ragazzi viene data dall'hotel la quota per una sistemazione in camere multiple e agli accompagnatori la sistemazione in camera doppia o singola
(Per gli autisti dobbiamo prevedere le camere singole)
Ricorda che a volte gli hotel fanno pagare una cauzione per i ragazzi in gita scolastica.

Chiedere al fornitore quante gratuità concede ogni tot persone, se sono compresi i pasti e se saranno consumati in hotel o in ristorante limitrofo.

Chiedere se e con che mezzo vogliono raggiungere la località.

Chiedere al fornitore se c'è una tassa di soggiorno da pagare in loco .

Per gli autisti dobbiamo sapere che un autista non deve superare le 13 ore di impegno giornaliere- tra i due giorni devono esserci almeno 9 ore di riposo. In alternativa dobbiamo prevedere due autisti per ogni mezzo.

Per avere la quota individuale per i gruppi dobbiamo:

- Calcolare tutti i costi
  (pullman – vitto e alloggio di autisti e accompagnatori – guide – permessi e parcheggi bus- hotel - pranzi/cene - entrate ad eventuali musei con o senza guide ed auricolari, assicurazioni e quant'altro possa servire….)
  Considerando che bisogna dare agli autisti la pensione completa (ad oggi è prassi calcolare circa 26 euro a pasto ad autista dalla cena del 1°giorno fino al pranzo dell'ultimo giorno)
  (Il noleggiatore del bus insieme con il costo del pullman addebiterà anche la pensione completa degli autisti) _
- Aumentare della nostra percentuale di guadagno
- Dividere il totale dei costi per le persone paganti

Incoming: Gli arrivi dei turisti stranieri nel nostro Paese.
E' un settore, un ramo che le agenzie italiane classiche non sfruttano molto eppure l'Italia è

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

considerato da tutto il Mondo il Bel Paese e dalle ultime statistiche si dice che l'Italia sia il 5° Paese più visitato al mondo e per l'anno appena trascorso 48 milioni di turisti hanno speso 33 miliardi di € per visitare la nostra piccola penisola !!

L'incoming può riguardare le classiche città d'arte ma può essere incrementato per gli sport per esempio per lo sci invernale sulle Alpi, per la degustazione di vini o prodotti tipici italiani, per insegnare ai giovani stranieri i vecchi mestieri per cui l'Italia è conosciuta ovunque, per la moda, per i corsi di cucina….
Abbiamo un patrimonio storico e culturale immenso, in poco più di 1.000 Km l'Italia racchiude quello che molti Paesi non pensano neanche possa esistere …
Pensiamo ma lo dicono anche le statistiche....che questa fetta di turismo sia assolutamente da sfruttare ! certo la cosa primaria è la conoscenza delle lingue e del territorio ma direi che sono due materie per le quali valga veramente la pena investire il proprio tempo…

Cosa dobbiamo fare: informarci su quanto offre il territorio, selezionare delle strutture con una buona capacità ricettiva (ultimamente la richiesta è anche per le strutture piccole che dimostrano il vero spirito di accoglienza italiano) ricercare attività caratteristiche ed originali, proporre delle sfumature e dei dettagli delle bellezze e dei borghi italiani, ricercare fornitori di servizi come trasferimenti e guide locali … creare e poi pubblicizzare on line dei pacchetti unici ed inconsueti !!

Queste conoscenze potrebbero fare la differenza e serviranno a posizionarti come esperto e grande conoscitore del territorio.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Parte D
BIGLIETTERIA

Come ogni cosa nel nostro settore ha avuto un cambiamento notevole negli anni anche, ma soprattutto, la biglietteria aerea ha subito grandissime variazioni rispetto a solo una decina di anni fa quando sia le tariffe sia le compagnie aeree non avevano la complessità e la concorrenza odierna.

Le tariffe aeree erano poche: pex, apex, it, super pex …. ognuna con determinate regole che, tra l'altro, potevano essere bypassate se si conosceva qualcuno all'interno della compagnia.
Cosa impensabile oggi !!
Il turismo era un privilegio di pochi ricchi o di business men, ma i tempi cambiano e c'è necessità di rinnovamento anche all'interno dei voli.
I tour operator iniziano a comprare dei posti sui voli delle compagnie aeree, "charterizzando" i voli da proporre come pacchetti turistici cioè con l' assemblamento di diversi servizi: volo, trasferimenti, hotel ecc... pacchetti da vendere alle agenzie e quindi dalle agenzie al cliente finale creando appunto il "pacchetto turistico".
Il charter, a differenza dei voli di linea, non ha classi di prenotazioni diverse e quindi tariffe differenziate, ha un'unica classe eccezione fatta per qualche posto in business class.

La prima modifica è avvenuta quindi con l'introduzione dei voli charter

*Un **volo charter** è un servizio di trasporto aereo, merci o passeggeri, non soggetto ad una programmazione sistematica di orari, diversamente da quanto avviene per i voli di linea.*
Di solito viene stipulato un contratto di noleggio tra due o più contraenti per sfruttare al massimo la capacità del velivolo.
Un volo è definito charter solo se il numero di posti è superiore a 12, altrimenti si parla di servizio aerotaxi.

I **voli charter**, tempo fa, erano venduti esclusivamente dai tour operator all'interno dei pacchetti turistici oppure venduti come solo volo sotto data se il tour operator aveva ancora molti posti e, piuttosto che rimetterci soldini, li rivendeva senza servizi a terra. Oggi si possono comprare anche come solo volo o sui siti delle compagnie aeree charter o presso alcuni tour operator.

Per quanto riguarda i **voli di linea** ogni compagnia aerea ha una squadra di manager che lavora sul calcolo delle tariffe, che vengono confezionate ad hoc e variano a seconda di diverse situazioni. Si tratta di un team di **revenue management** che lavora adeguando continuamente le tariffe aeree in base all'ora, al giorno, al percorso, alla stagione, alla domanda e all'offerta.
In pratica le tariffe aeree cambiano in continuazione in base a quanti posti vengono riempiti su ogni volo. Non e siste un momento migliore per comprare un volo.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Ogni compagnia carica le tariffe aeree ogni giorno, in diversi momenti della giornata. Dire che c'è un momento della giornata o un giorno della settimana migliore per acquistare biglietti a prezzo vantaggioso, è un falso.

Secondo studi effettuati, le tariffe dei biglietti aerei seguono un andamento a **U**, inizia con costi elevati, scende, resta stabile nel punto più basso per brevissimo tempo e riprende quindi a salire. Il punto più basso di questa U coincide con i dieci giorni prima del decollo, giorno in cui la compagnia aerea è più debole e teme di non riempire tutti i posti a tariffe più alte, riducendole quindi per aumentare poi di nuovo, dal 50 al 75%, negli ultimi giorni prima della partenza.
Tramite alcuni studi si è scoperto che la tariffa sale mediamente del 3% ogni volta che uno dei posti viene venduto, in base alla classica legge della domanda e dell'offerta di un bene la cui quantità è limitata.
Questo calcolo però non tiene conto di fattori esterni come il giorno in cui si viaggia e il periodo dell'anno, come ad esempio ponti o periodi festivi.
Quindi non è così affidabile questa ricerca...

Riassumendo e semplificando:
Ogni compagnia aerea ha un sistema informatico complesso basato su algoritmi in grado di massimizzare il profitto su ogni volo in base alle tariffe.
Su un volo, ad esempio, potrebbero esserci oltre 20 tariffe differenti basate su diversi fattori come l'acquisto anticipato, i giorni di permanenza in una destinazione ecc...
Il sistema sa che, ad esempio, su ogni volo ci saranno almeno 5 posti a un prezzo molto basso, 10 posti a un prezzo leggermente superiore e 20 posti ad una tariffa ancora più alta, così da massimizzare il profitto fino a che il volo non si riempie. L'algoritmo regola le tariffe aeree fino al momento della partenza, ma è il **revenue manager** che regola tutte quelle informazioni che il computer non può sapere, come ad esempio la presenza di eventi particolari in una data destinazione.

Più il volo si riempie quindi e più le tariffe salgono, le persone comprano il biglietto alla tariffa più bassa e via via che le prenotazioni vanno avanti, le tariffe aumentano.
Le tariffe vantaggiose ci sono, ma sono riservate a una percentuale di posti sul volo e dipende da diversi fattori . Un volo alle sei del pomeriggio non può avere nulla in offerta finché le persone saranno disposte a pagare il prezzo pieno per volare a quell'ora, cosa che invece non accade con un volo programmato alle 5 del mattino, che può avere più posti in offerta. Se trovi tariffe in calo, è il momento di acquistare, la limitata offerta di posti a quella tariffa diminuirà con il passare del tempo.
Oppure... martedì, mercoledì e sabato sono spesso i giorni più economici per volare in alcune località, perchè ci sono meno passeggeri business.
Molti sono quindi i fattori che determinano le tariffe aeree.

Consiglio spassionato: educare i clienti a prenotare con largo anticipo stipulando delle assicurazioni che coprano contro l'annullamento del viaggio !!

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Nella distribuzione delle tariffe possiamo spiegare che le compagnie aeree dividono la classe economy in tante classi, ogni classe ha un prezzo, riempito questo spazio si passa alla classe successiva e quindi allo scaglione più alto della tariffa e così dicendo fino a riempire tutto il volo. La stessa classe/tariffa si può ritrovare 10 giorni dopo - anche se nel frattempo si era cercata e non più trovata - o magari non la si ritrova più…

Essenziale è quindi farsi dare i nominativi dei clienti per opzionare i posti volo e garantire quella tariffa per qualche giorno (o solo qualche ora dipende anche questo da diversi fattori vicinanza alla partenza, classe particolarmente scontata, voli nazionali ecc...)
Attenzione anche al fatto che quando opzioniamo i posti il time limit indicato dalla compagnia aerea sarà per un determinato giorno ma non sempre il time limit dei posti coincide con il time limit della tariffa !!
Spieghiamo meglio: posso avere opzione voli al 21 Gennaio e time limit tariffa al giorno in cui sto prenotando.... quindi attenzione anche a questa regola.
La tariffa non è MAI garantita fino all'emissione del biglietto.

Cosa sapere:
Ogni classe tariffaria ha la sua propria regola.
I biglietti aerei vanno saldati contestualmente all'emissione in quanto scattano immediatamente penali in caso di annullamento.
Le tariffe più scontate sono anche quelle con più limitazioni, solitamente non si può variare la data, non sono rimborsabili ecc...
Altre tariffe possono avere una penale in caso di variazione o di annullamento.
Nel momento in cui si dovrà modificare la data di partenza è bene sapere che oltre alla penale bisogna anche ritrovare la stessa classe di prenotazione altrimenti si dovrà pagare anche la differenza alla tariffa successiva.
Controllate sempre la tipologia di penale per ogni tariffa .
Il "fare basis" è quello che identifica le tariffe e la prima lettera del fare basis corrisponde alla classe di prenotazione da utilizzare.

Solo per fare un esempio di quanto scritto sopra:

Esempio di tariffe di AZ da Milano a New York:
(notate quante tariffe diverse ci sono, ognuna con la propria regola ! E parliamo solo di Alitalia)

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

V	FARE BASIS	BK	FARE		MINMAX	RTG
1	**OKPR8C9**	**O** R	**80.00**		‡‡/ **1M**	AT01
2	OK4PR8C9	O R	95.00		‡‡/ 1M	AT01
3	LKPR8C9	L R	120.00		‡‡/ 1M	AT01
4	LK4PR8C9	L R	145.00		‡‡/ 1M	AT01
5	OKXPR8C9	O R	202.00		‡‡/ 3M	AT01
6	OKWPR8C9	O R	232.00		‡‡/ 3M	AT01
7	LKXPR8C9	L R	242.00		‡‡/ 3M	AT01
8	LKWPR8C9	L R	272.00		‡‡/ 3M	AT01‡
«						
9	**XKXSR8C4**	**X** R	**288.00**	---- -	‡‡/**12M**	AT01‡
10	XKWSR8C4	X R	318.00	---- -	‡‡/12M	AT01
11	SKXSR8C4	S R	328.00	---- -	‡‡/12M	AT01
12	SKWSR8C4	S R	358.00	---- -	‡‡/12M	AT01
13	NKXSR8C4	N R	368.00	---- -	‡‡/12M	AT01
14	NKWSR8C4	N R	398.00	---- -	‡‡/12M	AT01
15	TKXSR8C4	T R	408.00	---- -	‡‡/12M	AT01
16	TKWSR8C4	T R	438.00	---- -	‡‡/12M	AT01
17	VKXSF8C4	V R	448.00	---- -	‡‡/12M	AT01
18	VKWSF8C4	V R	478.00	---- -	‡‡/12M	AT01
19	KKXSF8C4	K R	488.00	---- -	‡‡/12M	AT01
20	KKWSF8C4	K R	518.00	---- -	‡‡/12M	AT01
21	AKPR8C8	A‡R	602.00		‡‡/ 3M	AT01
22	AKRT148C	A‡R	708.00	----	‡‡/12M	AT01
23	HKSF8C4	H R	740.00	---- -	‡‡/12M	AT01
24	AK1LS8C	A‡R	808.00	---- 7	‡‡/12M	AT01
25	MEE8C9	M R	1000.00	---- -	-/12M	AT01
26	AKRT8C	A‡R	1008.00	---- -	‡‡/12M	AT01
27	BEE8C	B R	1110.00			

ALITALIA FARES APPLICATION AREA THESE FARES APPLY
FROM ITALY TO CANADA/MEXICO/UNITED STATES.

OKPR8C9 O R 80.00
.MINIMUM STAY
TRAVEL FROM LAST INTERNATIONAL STOPOVER MUST COMMENCE
NO EARLIER THAN 4 DAYS AFTER DEPARTURE OF THE FIRST INTERNATIONAL SECTOR.
.MAXIMUM STAY
TRAVEL FROM LAST INTERNATIONAL STOPOVER MUST COMMENCE
NO LATER THAN 1 MONTH AFTER ON THE FIRST INTERNATIONAL SECTOR.

CHANGES NOT PERMITTED IN CASE OF NO-SHOW.
ANY TIME CHANGES NOT PERMITTED.
ANY TIME TICKET IS NON-REFUNDABLE.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

© Copyright All rights reserved

XKXSR8C4 X R 288.00
(1a tariffa che permette una penale per il cambio data)

MINIMUM STAY
TRAVEL FROM LAST INTERNATIONAL STOPOVER MUST COMMENCE
NO EARLIER THAN THE FIRST SUN AFTER DEPARTURE OF THE
FIRST INTERNATIONAL SECTOR.
.MAXIMUM STAY
TRAVEL FROM LAST STOPOVER MUST COMMENCE NO LATER THAN
12 MONTHS AFTER DEPARTURE FROM FARE ORIGIN.

BEFORE DEPARTURE CHARGE EUR 120.00
AFTER DEPARTURE CHARGE EUR 120.00.

OTHER FARE COMPONENTS OF THE JOURNEY NEW FARE WILL BE RECALCULATED USING FARES IN EFFECT ON DATE OF REISSUE.

Come è formata la quota totale del biglietto aereo:
Tariffa base + tasse aeroportuali + supplemento carburante (chiamato YQ o YR).
Quest'ultimo è una voce tenuta a parte rispetto alla tariffa base per permettere alle compagnie di modificare l'uno o l'altra in maniera indipendente, specie per far fronte al continuo aumento del prezzo del carburante.
Utile sapere che normalmente se non si utilizza un biglietto aereo si perdono la tariffa base e le YQ mentre le altre tasse vengono rimborsate. (regole di ogni tariffa da valutare ogni volta)

Alcuni termini utili:

Potrete sentire parlare di **Error-Fare** è una tariffa base molto bassa a causa di un errore (una virgola, un errore di calcolo della compagnia).
Si tratta invece di **Fuel-Dump**, quando un itinerario specifico causa la riduzione o eliminazione del supplemento carburante. La tariffa base e le tasse sono corrette al 100%, c'è "solo" un errore sul supplemento carburante ma dato che questa voce è di norma di 250-400€ per voli intercontinentali la riduzione del prezzo è drastica!

Per i **low cost** vale un po' la stessa regola delle tariffe dei voli di linea, anzi forse qui è meglio prenotare davvero con larghissimo anticipo per trovare ottime soluzioni tariffarie.
Nei voli low cost è importante segnalare al nostro cliente che i servizi a bordo sono sempre a pagamento (bagaglio-cibo-bevande-posti a sedere…) e NON è POSSIBILE PRENDERE OPZIONI come per i voli di linea!!

Come cercare i voli?
Ogni agenzia/network è dotata di un **GDS** (Global Distribution Systems) Sabre-Amadeus-

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Travelport/Galileo dove, dopo un corso base, si può capire qualcosa in più sul funzionamento del sistema prenotazioni.

In alternativa Easy Market o Dot Red per esempio hanno un sistema di prenotazione voli (linea e low cost) molto elementare, oppure esistono molte altre alternative che offrono queste soluzioni semplificate.
Ovviamente si può anche andare sul sito di ogni compagnia per visualizzare orari e tariffe che però non sono opzionabili come avviene per i Gds.

Ci sono poi **motori di ricerca** utilizzati anche dai clienti come Zingarate-Skyscanner-Expedia-Edreams-Kayak.... e molti altri.

Termini tecnici

SSR - OSI e REMARKS

Nei Gds comunemente usati si sente parlare di SSR o OSI

- SSR Special Service Request
Sono delle richieste speciali che si fanno al vettore il quale deve dare risposta . Si utilizza questo imput per richiedere per esempio Pasti Vegetariani, Trasporto di Biciclette, Trasporto di Cani, Necessità di sedia a rotelle
Per le persone disabili dovete sapere se la persona è completamente immobile, se può salire le scale o se necessita di essere trasportata a bordo.
Ci sono infatti tre tipologie differenti di SSR per queste persone:

- Il passeggero può salire/scendere le scale (wchr – wheel chair ramp)
- Il passeggero non riesce a salire le scale e deve essere trasportato con la carrozzina(wchs – wheel chair stair)
- Il passeggero è completamente immobile ed ha bisogno di barella (wchc- wheel chair completely)

- OSI Other Supplementary information
Queste sono note meno "importanti" ma che vanno segnalate alla compagnia aerea per esempio: Il passeggero non parla inglese, l'età di un bambino, persona non vedente… informazioni che si vogliono dare al vettore ma non così importanti come le SSR per le quali la compagnia aerea dovrà risponderci.
Per gli infant (bimbi da 0 a 2 anni non compiuti) non si deve prenotare il posto a sedere infatti i bimbi stanno in braccio al genitore e non hanno (solitamente) diritto al bagaglio. Nei viaggi a lunga distanza viene fornita una piccola culla/amaca dove riporre il bimbo/bimba.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

- REMARKS
Ci sono diversi imput per inserire dei remarks
Per esempio se vogliamo che sia visto dalla compagnia aerea, oppure se è un remark interno all'agenzia o se vogliamo che il remark rimanga nella storia della prenotazione. Il remark serve per inserire la forma di pagamento, per inserire annotazioni che devono essere stampate sul biglietto aereo, si usano per parlare con il consolidator che ci emette i biglietti….

Nei Gds si ha la possibilità di codificare o decodificare una sigla aeroportuale, si può vedere la valuta di un Paese e calcolare il cambio attuale, si può vedere l'ora locale in una determinata città, si possono calcolare le ore effetti vedi volo, vedere quanto bagaglio è possibile portare su quel volo e quanto costerebbe il bagaglio in eccesso… piccole informazioni utili e curiosità che possiamo dare al nostro cliente.

Oltre alla prenotazione del volo si può aiutare il cliente prenotando il posto a sedere, il check-in on line, si può segnalare se i clienti hanno una tessera frequent flyer che permette di accumulare punti per avere facilitazioni o biglietti omaggio (questo soprattutto per il business travel) , il tipo di pasto preferito....

Per alcuni Paesi è necessario indicare alcuni elementi essenziali per la prenotazione e l'emissione del biglietto:
Luogo e data di nascita del passeggero- numero e scadenza del passaporto - sesso – nazionalità.

Il bagaglio: Indicativamente si può dire che il passeggero può portare un bagaglio a mano ed un bagaglio in stiva.
Per i voli low cost abbiamo detto che il bagaglio in stiva è sempre escluso mentre è possibile imbarcare un trolley all'interno della cabina con le misure dettate dalla compagnia aerea.
Per i voli di linea mentre una volta era sempre compreso nel costo del biglietto aereo ora non è più così quindi è sempre meglio controllare questo campo. Ci sono ormai tipologie di tariffe anche sui voli di linea che non includono il bagaglio in stiva.

Per il **bagaglio in stiva** solitamente il peso consentito è di 20/23 Kg dipende dalle destinazioni e di 15 Kg per i voli charter.
Ci sono **tariffe etniche** che permettono un bagaglio di 2 valigie senza pagare supplementi. Per gli Stati Uniti di solito si possono portare due colli da 23 Kg l'uno….
I bagagli speciali (attrezzature sportive, abiti da sposa, strumenti musicali, animali, armi) seguono una procedura particolare ed è utile contattare la compagnia aerea con la quale si viaggia. Devono essere segnalati alla prenotazione, a volte si pagano con il biglietto, a volte si pagano in aeroporto...
Per il **bagaglio a mano** anche in questo caso ogni compagnia ha le sue regole, diciamo che indicativamente non deve superare i 55 x 35 x 25 con un peso massimo di 8 kg, comprensivo delle maniglie, rotelle ed eventuali tasche.
Oltre al bagaglio a mano a volte è concesso portare in cabina una borsetta o un laptop o un porta

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

documenti. I passeggini pieghevoli possono essere riposti in cabina quindi le mamme possono arrivare fino alla scaletta dell'aereo e poi una hostess o uno stewart caricherà in una stiva a parte il passeggino.

VEDI SLIDE "DIRITTI DEL CONSUMATORE" SEZ. TRASPORTO AEREO

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

© Copyright All rights reserved

Parte E
CLASSIFICAZIONE ALBERGHIERA

In questa sezione facciamo una suddivisione tecnica delle classificazioni di alberghi-case vacanza-bed & breakfast... tutto ciò che offre la ospitalità

Esercizi alberghieri: includono gli alberghi da 1 a 5 stelle, i villaggi albergo, le residenze turistico-alberghiere, le pensioni, i motel, le residenze d'epoca, gli alberghi meublé o garnì, le dimore storiche, i centri benessere (beauty farm), i centri congressi e conferenze e tutte le altre tipologie di alloggio che, in base alle normative regionali, sono assimilabili agli alberghi.

Esercizi complementari: includono i campeggi e villaggi turistici, gli alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale, gli alloggi agro-turistici, le case per ferie, gli ostelli per la gioventù, i rifugi alpini, gli "altri esercizi ricettivi" non altrove classificati.

Alloggi privati in affitto: riguardano le forme di alloggio date in affitto da privati a privati o ad agenzie professionali, su base temporanea, come alloggio turistico. È caratterizzata da una gestione non imprenditoriale e non è disciplinata dalle normative riguardanti gli esercizi ricettivi collettivi (alberghieri e complementari). Comprende le seguenti categorie*:*

- camere in affitto in alloggi famigliari in cui la sistemazione prevede che il turista sta con la famiglia che abitualmente occupa l'abitazione;

- alloggi affittati a privati o ad agenzie professionali: appartamenti, ville, case, *chalet* e altri alloggi affittati interamente, come alloggio turistico e su base temporanea, da parte di famiglie ad altre famiglie o ad agenzie professionali.

La formula *bed & breakfast* (camera e prima colazione), collaudatissima in Europa, da diversi anni è 'sbarcata' anche in Italia.

Alberghi quando la struttura è dotata di almeno 7 camere o unità abitative o suite e quando il numero delle camere prevale sul numero delle unità abitative o suite.

Motel quando, oltre al servizio di alloggio, viene offerto anche il servizio di autorimessa con box o parcheggio per tanti posti macchina quante sono le camere o le unità abitative, il servizio di assistenza ai turisti motorizzati, di rifornimento carburante, di ristorante o tavola calda e di bar;

Villaggi albergo quando la struttura è dotata di almeno sette unità abitative dislocate in più stabili all'interno di un'unica area perimetrata;

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Residenze turistico alberghiere o **aparthotel** o **hotel residence** quando la struttura è dotata esclusivamente o in prevalenza da unità abitative.

ATTENZIONE: questo tipo di struttura si distingue da case o appartamenti vacanze denominate unità abitative ammobiliate ad uso turistico, in quanto la struttura necessariamente fornisce tutti i

servizi di un albergo quali servizio di prima colazione, bar, sala soggiorno, servizio di pulizia giornaliera, ecc.

Alberghi diffusi la struttura dotata di unità abitative in possesso dei requisiti igienico-sanitari e di sicurezza previsti dalle vigenti disposizione di legge, dislocate in uno o più stabili separati, integrate fra loro da servizi centralizzati quali ufficio di ricevimento, sala ad uso comune, ed eventualmente ristorante-bar allocati in un unico stabile con un numero minimo di 80 posti letto. Il numero minimo è fissato in 50 posti letto qualora le unità abitative siano ubicate in zona lagunare. Il servizio di somministrazione alimenti e bevande potrà essere fornito anche tramite esercizi convenzionati.

Agriturismo Per agriturismo si intende "ogni attività di ricezione ed ospitalità esercitata da imprenditori agricoli attraverso l'utilizzazione della propria azienda, in rapporto di connessione e complementarità, rispetto all'attività di coltivazione del fondo, silvicoltura, allevamento del bestiame, che devono comunque rimanere principali"

Affittacamere La legislazione nazionale disciplina l'attività di affittacamere con la seguente definizione 'strutture composte da non più di sei camere ubicate in non più di due appartamenti ammobiliati in uno stesso stabile nei quali sono forniti alloggio ed, eventualmente, servizi complementari. Solo nella provincia di Trento c'è un'eccezione riguardante il numero massimo di camere che è 25 e non 6 camere.

I locali destinati all'esercizio di affittacamere, oltre a possedere i requisiti previsti per le case di civile abitazione dai regolamenti igienico-edilizi comunali, devono anche essere dotati di:

Ø almeno un locale bagno, composto di wc, bidè, lavabo, vasca da bagno o doccia e specchio con presa di corrente, ogni otto persone;

Ø arredamento minimo delle camere da letto costituito da: letto sedia e comodino per persona nonché da tavolo, armadio, specchio e cestino rifiuti per camera;

Ø accesso alle camere da letto direttamente da locali di disimpegno di uso comune.

Case ed appartamenti per vacanza *Vengono definiti case ed appartamenti per le vacanze le unità abitative con le seguenti caratteristiche:*

- devono essere ubicate tutte nello stesso comune e chi le gestisce deve possedere legittimamente la loro disponibilità, anche temporanea.;
- devono essere almeno tre;

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

- devono essere arredate e dotate di servizi igienici e cucina autonomi.

Nelle case e appartamenti per le vacanze devono essere assicurate le seguenti prestazioni essenziali:

- fornitura di energia elettrica, acqua, gas e riscaldamento nei mesi invernali;
- manutenzione in condizioni di efficienza degli impianti tecnologici;
- pulizia dei locali ad ogni cambio di cliente;
- accoglienza e recapito del cliente.

Nelle case e appartamenti per le vacanze possono essere forniti ulteriori servizi e prestazioni, tra i quali:

- pulizia dei locali durante il soggiorno dei clienti;
- fornitura e cambio di biancheria;
- utilizzo di attrezzature di svago e sport.

Ostelli per la gioventù Gli ostelli per la gioventù sono strutture ricettive attrezzate per il soggiorno ed il pernottamento dei giovani e degli accompagnatori dei gruppi di giovani. Tali aziende, senza scopo di lucro, sono proprietà di enti pubblici e non, operanti nel campo del turismo sociale e giovanile. Negli ostelli per la gioventù deve essere garantita, oltre alla prestazione dei servizi ricettivi, anche la disponibilità di strutture e servizi che consentano di perseguire le finalità (religiose, culturali, sportive, ecc.) che ci si è proposti di raggiungere durante il soggiorno.

L'esercizio dell'attività ricettiva negli ostelli per la gioventù è soggetto ad autorizzazione comunale. L'autorizzazione deve indicare:

a) il titolare e il gestore, se diverso dal titolare;

b) i soggetti che possono utilizzare le strutture;

c) il tipo di gestione e di servizi forniti, tali in ogni caso da garantire le finalità alle quali è destinata la struttura;

d) il numero delle camere e dei posti letto;

e) l'eventuale durata minima e massima dei soggiorni;

f) il regolamento interno, per l'uso della struttura;

g) il periodo o i periodi di apertura;

h) le modalità ed i limiti di utilizzazione per scopi ricettivi diversi nei periodi in cui gli ostelli non sono occupati dall' utenza giovanile.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

In Spagna per esempio possiamo trovare i **Paradores de Turismo de Espana**: l'alta qualità è garantita dalla catena alberghiera pubblica (lo Stato spagnolo è l'unico azionista), costituita da hotel di lusso, generalmente 4 stelle, spesso situati in edifici di interesse storico ed artistico come castelli, monasteri, palazzi storici.

CLASSIFICAZIONE HOTEL

Gli alberghi possono aggiungere alla denominazione propria anche quella di:

- Meublè" o "Garnì" qualora forniscono servizio di alloggio e prima colazione;
- "Lusso" qualora sono classificati a cinque stelle e sono caratterizzati da eccezionali elementi qualitativi determinati dal pregio architettonico, dall'interesse storico, dal gusto estetico e dall'ampiezza e fasto della costruzione e dall'eccezionale qualità degli arredi e dei servizi offerti;
- "Grand Hotel" o "Palace" qualora sono classificati a 5 o 4 stelle;
- "Pensione" qualora sono classificati a tre, due o una stella e forniscono alloggio e servizio di ristorante alle sole persone alloggiate.

La classificazione degli hotel si basa su un codice rappresentato da un numero di stelle crescente, definendo quindi 5 categorie, da 1 a 5 stelle. Per ogni categoria vi sono determinati parametri da rispettare, sia di natura strutturale sia funzionale.

I principali parametri strutturali riguardano:

- le camere: n° minimo, superficie, bagno privato
- la dotazione delle camere. arredamento, tv, tv sat, internet, telefono, frigo bar, cassetta di sicurezza, ecc.
- la dotazione dei bagni privati: chiamata emergenza, biancheria, asciugacapelli, courtesy line, ecc.
- la dotazione dell'esercizio alberghiero: ascensore, riscaldamento, impianto di condizionamento dell'aria
- i locali a servizio degli alloggiati: guardaroba, deposito bagagli
- le sale o aree comuni: ristorante, bar, soggiorno, prima colazione, riunioni
- i servizi igienici ad uso comune
- le dotazioni varie: tv a uso comune, telefono a uso comune, ingresso con portico/pensilina, ecc.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

I principali parametri funzionali invece prendono in considerazione:

- il servizio di ricevimento: servizio notte, trasporto bagagli, servizio custodia
- il servizio di bar: bar, servizio in camera
- il servizio di prima colazione
- il servizio di ristorazione
- i servizi alle camere: pulizia camere, cambio biancheria
- le lingue straniere parlate dal personale
- servizi vari: lavanderia, divise del personale, parcheggio, fax e fotocopie, internet

La classificazione delle strutture ricettive concorre a rendere più trasparente la qualità del sistema turistico, è quindi un dato che influenza sempre più la scelta del cliente. Il grado di aspettativa del cliente nei confronti dell'acquisto di questo tipo di servizi è sempre più presente e cresce in proporzione diretta alla conoscenza globale dell'offerta alberghiera. Gli alberghi quindi dovrebbero sapere rispondere alle attese di un cliente che sempre più fa precedere l'acquisto da una ricerca puntuale di informazioni.

Nonostante tutto ciò, in Italia, ma non solo qui quello della classificazione alberghiera è un tema annoso che stenta a trovare la soluzione capace di rispondere alle esigenze del mercato di oggi.

Ad oggi non esiste una classificazione internazionale uniforme per la valutazione delle strutture alberghiere. I tentativi di unificazione della classificazione a livello internazionale non hanno avuto un' accettazione condivisa a livello mondiale. Questo tipo di classificazione sarebbe auspicabile in quanto renderebbe confrontabili a livello globale le strutture alberghiere fra di loro.

Ogni Paese utilizza, per la classificazione delle strutture ricettive, propri parametri e, cosa ben più rilevante, in ciascuno varia anche il numero minimo di requisiti richiesti per appartenere a una determinata categoria, con una diretta conseguenza sulla rigidità/elasticità, del sistema di misurazione del livello qualitativo.

Le "stelle", i diamanti o altri simboli sono i "linguaggi" scelti per rafforzare la riconoscibilità e la trasparenza dell'offerta alberghiera nel mondo, vengono assegnate nei paesi da organi diversi che soprattutto non seguono, nel processo di assegnazione, gli stessi criteri.

Per l'Italia una maggiore armonizzazione a livello nazionale è stata possibile con il decreto legge del 2009 che ha stabilito gli standard minimi di servizi e dotazioni, validi in tutto il territorio nazionale per la classificazione degli alberghi.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Ecco le caratteristiche minime previste per le differenti “stelle”:

- 1 stella: ricevimento 12 ore su 24, pulizie camere una volta al giorno, dimensioni minime della camera doppia di 14 metri quadri, cambio della biancheria da camera una volta alla settimana;

- **2 stelle**: in aggiunta ai requisiti della precedente categoria, gli alberghi 2 stelle offrono l’ascensore e il servizio di cambio della biancheria 2 volte a settimana;

- **3 stelle**: rispetto al 2 stelle, gli hotel 3 stelle offrono in più il servizio bar, conoscenza di una lingua straniera da parte della reception (aperta per almeno 16 ore), divise per il personale, servizio internet, bagni privati in tutte le camere e pulizia giornaliera delle stesse.

- **4 stelle**: pulizia giornaliera con riassetto pomeridiano della camera, cambio giornaliero della biancheria, servizio di lavaggi e stiratura della biancheria dei clienti, parcheggio garantito per almeno la metà delle camere, camere doppie di almeno 25 metri quadrati e bagno di almeno 4 metri quadrati.

- **5 stelle**: reception aperta 24 ore su 24, conoscenza di tre lingue straniere da parte del personale addetto, camere singole di almeno 9 metri quadrati e camere doppie di almeno 16 metri quadrati. Gli alberghi 5 stelle sono di solito gli unici che offrono la televisione satellitare in camera ed un servizio di trasporto bagagli 24 ore su 24.

- **7 stelle**: Ne esistono pochi, anzi pochissimi, per la precisione ad oggi solo sei in tutto il mondo: sono gli hotel a sette stelle, quelli galattici, in cui ogni desiderio diventa realtà. Il lusso è sfrenato, dalle rubinetterie d’oro ai tessuti più preziosi per tappezzerie e biancheria, dai marmi che rivestono scalinate e pavimenti a statue, quadri d’autore e affreschi per le decorazioni d’interni. Per non parlare, poi, della posizione strategica ed esclusiva in cui si trovano, tutti con vista mozzafiato.

Le cifre per soggiornarvi una notte sono a cinque zeri, sappi che alcuni non possono neppure visitati, escluso che non si paghi un biglietto d’ingresso.

Aman Canal Grande, Venezia

Burj al Arab, Dubai, Emirati Arabi

The Centaurus Hotel, Islamabad, Pakistan

Emirates Palace, Abu Dhabi, Emirati Arabi

Laucala Island, Fiji

Town House Galleria, Milano

Shangrilà, Oman

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a “Consulente di viaggi dalla A alla Z”

TIPOLOGIA DI CAMERE

Il turista italiano quando chiede una camera doppia intende generalmente una camera per due persone con letti separati. In inglese, **double** è semplicemente il tipo di letto che trovi nella stanza. Si tratta di un letto per due persone le cui dimensioni corrispondono più o meno alla piazza e mezza italiana. Se vuoi prenotare una camera doppia nel senso di "letti separati" devi chiedere una **twin**: in questo caso trovi due letti singoli o, in pochi casi, un letto singolo e un letto a una piazza e mezza

Quando vuoi prenotare una camera per due persone con un solo letto il turista italiano normalmente chiede una "matrimoniale". Non esiste una traduzione letterale per questo tipo di stanza. Quasi sempre trovi la camera "double", come spiegato sopra. Se vuoi un letto più grande, il matrimoniale a due piazze, devi chiedere una **king** (anche in questo caso, il termine "king" si riferisce al tipo di letto). Alcuni hotel hanno sia double sia king: in alcuni casi il prezzo è lo stesso, in altri la king è leggermente più alto. Alcuni hotel, invece, hanno solo double. Un termine poco usato è quello di

queen "stanza con letto alla francese" cioè di dimensioni un pò più piccole delle King ma più grandi del classico letto per due.

In genere, negli hotel italiani si intende per tripla una camera per tre persone adulte, con tre letti singoli o un singolo e un double/king. In inglese al termine tripla corrisponde a **triple**. Normalmente non c'è molta disponibilità di camere triple negli hotel, e la situazione più frequente è quella di una camera double, king o twin in cui viene aggiunto provvisoriamente un terzo letto (o in alcuni casi è un divano-letto). Se l'albergatore è corretto, dovrebbe specificare al momento della prenotazione che si tratta di un letto aggiunto. In questo caso in inglese si parla di **extra bed**. Attenzione: confermare che l'extra bed sia di dimensioni per adulti. **N**ormalmente c'è un piccolo sovrapprezzo per il terzo letto che va aggiunto al prezzo della stanza double/king/twin e la somma dà il prezzo totale della stanza per tre persone. Attenzione a questo piccolo dettaglio quando devi decidere tra un hotel e un altro: magari uno dei due ti sembra più economico, ma non include l'extra bed fee (o supplement) che viene fatto pagare in loco.

Quadruple è una stanza per quattro persone, può essere due double/king o un double/king e due singoli. E' rarissima, e più spesso per stanze così grandi si parla di **family room.** Diversa dalla family room è invece la **Suite:** una camera di categoria lussuosa, la migliore in hotel (con varie categorie di suite, quasi sempre con nomi altisonanti come Junior Suite, Deluxe Suite, Executive Suite, Presidential Suite). Attenzione: non necessariamente la suite può accomodare più di due persone. In genere ciò che contraddistingue la suite da una camera standard o deluxe non è il numero di persone che ci possono dormire ma la presenza di due spazi separati, tipicamente una zona letto e una zona soggiorno, che può essere solo lo spazio per un divano o una zona adibita a lavoro, con una scrivania…fino a un vero e proprio appartamento.

Le camere comunicanti sono due camere separate in cui una porta interna permette di accedere dall'una all'altra senza uscire in corridoio. Il termine inglese è **interconnecting o connecting rooms.** E' una soluzione molto comoda per le famiglie: concede un po' di privacy ai genitori lasciando però la sicurezza di avere i figli a poca distanza e di poterli facilmente controllare. Ricordati che si tratta di due camere separate, e se le prenoti entrambe dovrai pagare il prezzo di

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

due camere, non una. Non confonderle con **adjoining o adjacent rooms**: si tratta di due camere vicine ma non necessariamente comunicanti.

Termini tecnici degli Hotel

Attenzione anche alle quotazioni. Se ti parlano di Pps si intende "per person sharing" e corrisponde all'italiano "a persona in camera doppia/tripla/…": si tratta del prezzo a persona in una stanza per più persone .

Il prezzo può essere dato come "per camera per notte" in questo caso viene diviso per il numero delle persone che possono dormire nella stanza. Se quindi è un unico ospite paga doppio o quasi (dipende dalla politica degli hotel)

L e **camere singole** hanno quasi sempre un supplemento. Possono essere singole nel senso che hanno un solo letto o posso essere doppie uso singola (DUS), quindi camere un pochino più grandi con due letti ma vendute ad una sola persona, con supplemento.

L a **cancellation policy** determina se, e a che condizioni, puoi modificare o cancellare la prenotazione. Se il cliente ha necessità di cancellare o modificare una prenotazione, **ricordati di farlo entro i termini previsti**. Una cancellazione oltre i termini non viene accettata e pertanto se il cliente non si presenta verrà addebitato un no-show

Not refundable, non rimborsabile *non* ammettono modifiche e *non* possono essere cancellate, solitamente sono tariffe molto buone che hanno però questo tipo di limitazione.

Il **no-show** si verifica quando fai una prenotazione ma il cliente non si presenta in hotel. Poichè l'hotel ha tenuto la stanza per il cliente e non ha potuto rivenderla a un altro cliente, c'è una penale da pagare per il no-show. L'ammontare della penale varia da struttura a struttura, ma di norma è pari all'importo della prima notte

Per evitare problemi ormai gli hotel adottano queste politiche descritte sopra, negli anni passati si trovavano ad avere l'hotel al completo sulla carta ma non era così nella realtà. Ecco perchè ora chiedono una **carta di credito a garanzia** della prenotazione, è una prassi ormai standard e nessun albergatore userà abusivamente la carta di un cliente.

Alcune strutture alberghiere si riservano la facoltà di una **pre-autorizzazione** sulla carta di credito del cliente all'atto del check in. Di cosa si tratta? In pratica "congelano" un importo sulla carta di credito del cliente, non stanno facendo pagare due volte, congelano solo un importo, questa è una tipica prassi degli Stati Uniti, il consiglio che devi dare al cliente è quello di avere una buona disponibilità sulla carta di credito perchè in molti casi, per procedimenti bancari, ci vogliono un paio di giorni lavorativi (anche più di due….) perchè l'importo pre-autorizzato sia di nuovo disponibile sulla carta di credito del cliente.

Minimum stay, soggiorno minimo Talvolta possono richiedere un soggiorno minimo di due o più notti (soprattutto durante periodi di alta stagione o ponti festivi…)

Rack rate è un termine molto tecnico e forse poco utile al viaggiatore medio, indica la tariffa

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

massima che un hotel può applicare. (succede in caso di eventi eccezionali che si tengono in una città per esempio per un concerto o la visita del Papa ….)

Tassa di soggiorno diversi comuni italiano hanno applicato questa tassa sul soggiorno ai turisti (italiani e stranieri) in viaggio (ma non succede solo nel nostro Paese). Ogni città è libera di stabilire l'importo e le modalità (varia in base alla categoria dell'albergo, ai periodi di alta e bassa stagione, esistono esenzione per i giovani o le famiglie numerose). E' una tassa comunale e non alberghiera !

Late check-out: se un cliente deve prendere per esempio il volo a mezzanotte e vuole tenere la camera oltre le classiche ore 10/12.00 può pagare una tariffa supplementare ed avere la propria camera fino a poche ore prima della sua partenza.

Courtesy Room: è una camera che gli hotel a volte mettono a disposizione per i clienti che non vogliono pagare il supplemento per il late check out e dove possono farsi una doccia prima della partenza. E' una camera ad uso "collettivo" nel senso che non è solo per quel cliente ma viene utilizzata per i clienti che ne hanno bisogno. Normalmente la courtesy room viene assegnata ad un gruppo di persone che viaggiano insieme.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

© Copyright All rights reserved

Parte F
COME LEGGERE UN CATALOGO

Abbiamo detto più volte che quando un cliente invia una richiesta deve trovare sì persone gentili sorridenti cordiali ma soprattutto.... preparate :-) e ricordati sempre che il sorriso si "percepisce" anche dall'altra parte del telefono!!

Il cliente che ti chiede informazioni per un viaggio a volte è più preparato di te!! Le persone ormai hanno la possibilità di documentarsi in mille modi tramite internet. Una volta andavano in agenzia e si affidavano completamente all'agente di viaggi, sapevano qualcosa sul posto solo perchè qualche amico c'era già stato e aveva raccontato qualche dettaglio. I più bravi si compravano le guide tipo Lonely Planet e avevano già informazioni ...ma la maggior parte dei clienti non era preparata. Oggi non è più così, per questo **l a TUA professionalità e conoscenza è senza dubbio ciò che ti contraddistingue!!**

Parlando di conoscenza... diciamo che sicuramente devi sapere dove trovare le offerte ma anche come leggere i cataloghi o i prezzi riportati su di essi per non dare informazioni sbagliate

- Le prime pagine dei cataloghi (sia cartacei sia on line) di solito riportano un riepilogo di quella che è la programmazione di quel tour operator con un indice e le offerte in primo piano
(offerte relative per es alle condizioni del piano famiglia, dei single, delle coppie in viaggio di nozze, eventuali promozioni per i bambini, riduzioni per prenota prima o blocca prezzo ecc..)

- Nelle pagine successive inizia la descrizione della destinazione con piccole informazioni utili (clima fuso orario documenti necessari ecc) e, a seguire gli hotel o i tour proposti, nel dettaglio.
L'operativo voli ecc...
In questa parte di catalogo sarebbe bene dare una controllata ai servizi particolari che una determinata struttura offre.
I depliant migliori, riportano l e caratteristiche degli hotel mettendo in evidenza uno speciale elemento distintivo
Se queste caratteristiche non fossero evidenziate , puoi da parte tua sottolineare/evidenziare nel preventivo che invierai al cliente, le osservazioni più interessanti che possono aiutarti a chiudere una vendita proprio per la peculiarità dell'offerta.
(per es camere quadruple/quintuple adatte alle famiglie numerose – oppure wi-fi free in tutta la struttura non solo nella hall dell'albergo – oppure la camera singola senza supplemento....)

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Lettura della tabella prezzi

- Periodo da.... a.... significa che nel periodo che va dal... al... una settimana/un giorno costa euro …. a persona.
Nei pacchetti organizzati con volo charter ci si riferisce sempre alla settimana (per es se il volo parte il martedì si calcola la settimana quindi il rientro sarà il martedi successivo dopo 7 giorni)
Nei semplici hotel fai attenzione se il prezzo è a notte o a settimana, a volte può capitare che venga indicato per esempio un pacchetto minimo di 3 notti. **Leggi quindi con attenzione.**

- Quote prenota prima In alcune strutture trovi delle colonne dove vengono divisi i prezzi a seconda di quando si prenota: super advance booking / advance booking / quota base. Questo per offrire al cliente uno sconto maggiore se prenota con anticipo e favorire il tour operator nelle vendite in modo che quest'ultimo non si debba trovare all'ultima settimana, prima delle partenze, ad uscire con dei last minute perchè ha ancora la maggioranza dei posti invenduti.
C'è ultimamente, e fortunatamente, un'inversione di rotta. Per anni si è parlato di last minute creando una grandissima confusione all'interno del mercato, ora si sta cercando di uscire con offerte prenota prima per i motivi detti sopra.

- Quota bambini: lo sconto per i bambini si riferisce sempre a uno o più bambini in camera con due adulti paganti la quota intera.
Può capitare però l'offerta dove ci sono sconti per il primo bambino in camera con un solo adulto e spesso l'adulto paga il supplemento della camera singola per dare l'opportunità al bambino di avere la gratuità o comunque uno sconto.
Se la camera lo permette, come ampiezza, possono esserci sconti anche per il secondo o terzo bambino.
Ti ricordo che sono considerati bambini se hanno compiuto il secondo anno di età ma non il dodicesimo anno (quindi dai 2 agli 11 anni compiuti) vale sempre la regola del : se compiuti al giorno della partenza (non al giorno in cui si prenota).Anche qui ci sono delle eccezioni perchè in alcune strutture ci sono scontistiche per "bambini" fino a 14 anni o ragazzi fino a 16 anni. Nelle crociere per esempio non pagano i ragazzi fino a 18 anni non compiuti.Leggere quindi con attenzione le indicazioni riportate in tabella.Attenzione anche alla gratuità: può esserci la scritta bimbo gratis ma controlla nelle note che i bambini non debbano comunque pagare una quota fissa, un forfait.

- Puoi trovare la colonna settimana supplementare "solo soggiorno". Si tratta di pacchetti con volo charter dove la prima settimana hai la quota del

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

volo+trasferimenti+hotel e la colonna "solo soggiorno" serve per calcolare la settimana supplementare poiché la quota del pacchetto volo+hotel+ trasferimenti non può essere scorporata trattandosi di una quota forfettaria formata da più servizi.

Esempio:
periodo A dal 1 al 10 Giugno
periodo B dal 15 al 22 Giugno
La vacanza dei tuoi clienti inizia il 5 Giugno e finisce il 19 Giugno avrai :
la prima settimana in periodo A e la settimana supplementare in periodo B.

- Nei prezzi solo hotel si conteranno i giorni effettivi.
Esempio:
Se nel periodo A faccio 2 notti e nel periodo B faccio 5 notti moltiplicherò la quota della notte in base ai giorni relativi al periodo di riferimento.
Esempio:
periodo A 55 euro
periodo B 65 euro
Dovrò moltiplicare 55 x 2 notti e 65 x 5 notti

- Colonne supplementi e riduzioni:
Si possono riferire alle riduzioni adulti in terzo letto oppure al supplemento camera singola se si parla di una sola persona in camera.
Anche qui facciamo attenzione che il supplemento potrebbe essere a settimana (nel caso di pacchetti con volo charter) o al giorno (nel caso di soggiorno senza volo o soggiorno con volo di linea o traghetto...)
Questa distinzione è molto importante perchè nei pacchetti charter il volo è settimanale quindi 7 notti per la prima settimana e 7 notti anche per la seconda settimana.
Nei voli di linea invece la partenza può essere giornaliera quindi il cliente può decidere di fare per esempio 10 notti .
Altra condizione potrebbe essere che a volte l'hotel può avere un minimo di notti di pernottamento (per es soggiorno minimo 3 notti)
Altri supplementi potrebbero riguardare il trattamento per i pasti, per esempio hotel venduto in mezza pensione (colazione e cena) può offrire il supplemento per la pensione completa o per All inclusive, oppure la riduzione al pernottamento e colazione.
Anche supplementi e riduzioni fanno sempre riferimento al periodo di soggiorno
(es di prima: periodo A dal 1 al 10 Giugno – periodo B dal 15 al 30 Giugno ecc...)

- Nelle note sotto le tabelle prezzi ci saranno poi le specifiche di ogni struttura/tour segnalate come note supplementari o complementari a quanto scritto in tabella.
Per esempio se avevamo la scritta bambini gratis con un asterisco, nelle note l'asterisco spiegherà che il bambino deve pagare una quota fissa di 150 euro per esempio

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

- Ci potrà essere la segnalazione di supplemento per la camera vista mare o la camera con balcone

- balcone o supplementi per altissima stagione (per es per ferragosto supplemento di euro... per capodanno supplemento cenone di fine anno...)

- Per gli appartamenti ci saranno note che riguardano i costi supplementari per la pulizia finale oppure la quota da versare come cauzione all'arrivo ecc... con la specifica dei costi e verrà qui anche segnalato se il cliente dovrà pagare questi costi supplementari già in fase di prenotazione (e quindi dovrai inserirli già nel preventivo al cliente) oppure li pagherà in loco Se saranno da pagare in loco, nella quota non comprende ricorda di segnalarlo al cliente.
Puoi trovare anche supplementi sul costo stesso dell'appartamento, se un appartamento può ospitare 4 persone ma è venduto a 2 persone, troverai quindi supplemento base 2.

- Nei tour verranno segnalati i costi inclusi o non inclusi ne "la quota comprende e non comprende".
Se è per esempio compresa la pensione completa oppure se si parla di tour con il trattamento di pernottamento e colazione (o altri trattamenti).
Verrà indicato se il tour è garantito per minimo 2 persone oppure deve essere raggiunto un gruppo minimo di partecipanti perchè il tour venga riconfermato. Se la guida parla italiano oppure sarà multilingue, la categoria degli hotel utilizzati , se ci sarà un accompagnatore dall'Italia e le guide locali, le visite incluse ed escluse, le entrate ai musei ecc

- Se si tratta di pacchetti Fly & Drive verrà indicato dove viene ritirata e dove andrà riconsegnata l'auto, se esiste una quota di drop-off *, quali assicurazioni sono incluse per il noleggio auto ecc…
*Per drop-off si intende il supplemento che si dovrà versare quando si noleggia un'auto in una città/aeroporto e il rilascio avviene in una città/aeroporto diverso.

- Per le crociere troverai le quote divise per tipologia di cabina:
cabina interna senza l'oblò , cabina esterna con la finestra, cabina esterna con vista parziale (sono le cabine che hanno le lance di salvataggio davanti alla finestra/oblò) cabina con balcone, suite.
Anche qui potrai trovare eventuali riduzioni per ragazzi o per terzo e quarto letto adulti, eventuali colonne per offerte prenota prima, colonna per pacchetto volo+crociera se la crociera stessa prevede una o due tratte in aereo, il supplemento per le tasse portuali che andranno aggiunge insieme con la quota dell'assicurazione.

Esistono per le crociere alcuni servizi a pagamento, facoltativi, che si possono aggiungere all'atto della prenotazione o acquistare a bordo: pacchetti bevande, omaggi come fiori o frutta fresca in cabina, escursioni ecc...

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Alla quota base sia che si parli di hotel sia che si parli di tour vanno sempre aggiunti i **costi supplementari obbligatori:**

Solitamente a inizio catalogo il Tour Operator elenca i costi da aggiungere (a volte si trovano anche in ultima/penultima pagina). I costi supplementari possono essere molteplici e, spesso, incidono molto sulla quota finale del viaggio.

I costi supplementari obbligatori sono:

- quota iscrizione: è una quota fissa che il tour operator addebita al cliente per la gestione della pratica, l'emissione dei documenti ecc... fortunatamente oggi molti tour operator hanno eliminato questa voce.
- tasse aeroportuali: qui dobbiamo distinguere se si tratta di volo charter o di linea perchè la differenza può incidere molto.
  Sui voli charter si parla di pochi euro mentre sui voli di linea le tasse raggiungono anche i 300/400 euro a persona o più e vengono sempre riconfermate quando viene stampato il biglietto aereo.
- Ci possono poi essere altri tipi di tasse per i voli charter tipo council tax- tassa municipale.... ogni volta verranno specificate dal tour operator in fase di preventivo
- Assicurazioni : questa è una voce molto importante di cui parleremo in un altro capitolo , nel dettaglio
- Visti. In alcuni Paesi è obbligatorio il visto di entrata. Devi sempre controllare il sito www.viaggiaresicuri.mae.aci.it che è sempre aggiornato
- In alcuni Paesi ci sono tasse da pagare in uscita dal Paese, oppure un altro costo da ricordare al cliente sono le tasse locali addebitate in loco dagli hotel (tasse di soggiorno che l'hotel paga a sua volta al Comune di residenza)

A fine catalogo trovi le informazioni che riguardano le Assicurazioni obbligatorie e facoltative con tutte le specifiche. Assicurazione medico bagaglio e importantissima l'assicurazione annullamento viaggio che spesso è facoltativa ma va SEMPRE consigliata. Leggi bene nel catalogo del tour operator le polizze che sono obbligatorie e quelle che sono facoltative per dare informazione corretta al cliente

Trovi poi le **condizioni di contratto** e tutte le informazioni utili che regolano il rapporto tour operator-cliente.

Importantissimo controlla sempre e spiega bene al tuo cliente quale documento serve per l'espatrio Sul sito della Farnesina www.viaggiaresicuri.mae.aci.it avrai sempre tutti gli aggiornamenti utili.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Controlla per ogni località estera se serve :

- carta di identità o passaporto
- validità del passaporto
- visti
- vaccinazioni
- documenti per i minori (capitolo molto importante)

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Parte G
ASSICURAZIONI

Questo delle assicurazioni è un capitolo MOLTO importante.

Se vendi un solo servizio (hotel - volo - noleggio auto…) non sei per legge obbligato a stipulare assicurazioni. E' buona norma comunque proporle al cliente e come consulente è un tuo dovere informarlo
Non solo l' assicurazione medica ma anche **l'assicurazione annullamento viaggio.**
Se vendi un pacchetto turistico devi per legge emettere l'assicurazione medico/bagaglio.
Cos'è un pacchetto turistico:
Il commento al recente decreto legislativo (Decreto legislativo, 21 maggio 2018 n. 62 — G.U. 6 giugno 2018, n. 129) in tema di turismo e servizi collegati le cui disposizioni sono entrate in vigore il 1° luglio 2018 e si applicano ai contratti conclusi a decorrere da tale data, riguarda l'attuazione della direttiva europea sui contratti del turismo organizzato, con particolare riferimento ad ogni fase del rapporto riguardante la stipula ed esecuzione del contratto di pacchetto turistico, compresa l'osservanza degli obblighi di informazione prima e durante lo svolgimento del rapporto, e la correlata tutela sanzionatoria e risarcitoria che ha reso necessaria la modifica delle norme di riferimento contenute nel codice del consumo.
Il D.Lgs. 21 maggio 2018 , n. 62 recante l'attuazione della direttiva europea 2015/2302 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 novembre 2015, relativa ai pacchetti turistici e ai servizi turistici collegati, che modifica il regolamento (CE) n. 2006/2004 e la direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio che abroga la direttiva 90/314/CEE del Consiglio, modifica alcune norme del D.Lgs. 23 maggio 2011, n. 79.Inoltre si è chiarito che il termine "pacchetti turistici" si riferisce alla combinazione di **almeno due differenti tipologie di servizi turistici** dello stesso viaggio, a condizione che i medesimi servizi siano combinati da un unico professionista prima della conclusione del contratto unico per tutti i servizi. I servizi devono essere acquistati presso un **unico punto vendita** e selezionati prima che il viaggiatore esegua il pagamento. E' anche previsto che la loro offerta, vendita o fatturazione avvenga ad un prezzo forfettario o globale, oltre ad essere sono pubblicizzati o venduti con la specifica denominazione di "pacchetto" od altra analoga. La combinazione dei servizi deve avvenire nel rispetto dello *spatium* temporale delle **24 ore** decorrenti dalla conclusione di un primo contratto, anche con processi collegati di prenotazione *on line*.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Se il cliente ha una sua assicurazione personale e non vuole quella da te proposta deve firmare una liberatoria per scarico di ogni responsabilità.

- Per i pacchetti charter organizzati dai tour operator è inserita di default, è quindi obbligatoria non c'è possibilità di stornarla

Assicurazione medica:

Questa polizza copre i sinistri che possono avvenire a causa di malattia, infortunio, ricovero ospedaliero quando il cliente si trova in viaggio.
Se il cliente viaggia all'interno della CEE la tessera sanitaria copre le MALATTIE ma è bene ricordare al cliente che se avesse bisogno di un rimpatrio la tessera sanitaria non prevede un servizio di questo genere per cui è sempre meglio stipulare le assicurazioni che possiamo proporre sia che si viaggi in Italia sia che si viaggi nella comunità europea e anche/soprattutto al di fuori della Cee.
Se il cliente viaggia al di fuori della CEE non ha nessun tipo di copertura medica per cui in caso di malattia, ricovero, incidente ecc... tutto è a carico del viaggiatore.
Soprattutto per gli Stati Uniti è indispensabile essere coperti da una polizza sanitaria (suggeriamo massimali molto alti) per via degli alti costi delle prestazioni mediche che non vengono erogate, se non si possiede un'assicurazione personale.

L'assicurazione medica include:
Assistenza in viaggio con centrale operativa 24/24 , consulenza medica, invio di medicinali urgenti, traduzione e interprete a disposizione, rientro sanitario anche dei compagni di viaggio purchè assicurati, rientro della salma, viaggio di un familiare in caso di ricovero, anticipo di denaro....
Pagamento spese mediche ospedaliere e chirurgiche (con diversi massimali a seconda della destinazione), rimborso spese farmaceutiche o odontoiatriche urgenti.
Questi rimborsi possono essere gravati o meno da franchigia e/o scoperto a seconda delle assicurazioni.
Dall'assicurazione "base" c'è la possibilità di aumentare i massimali e decidere quale tipo di copertura scegliere.

Questa assicurazione viene stipulata alla conferma del pacchetto di viaggio se stiamo prenotando un viaggio organizzato da tour operator.

Quando si parla di pacchetti viaggio creati da noi in organizzazione ricordiamoci che è obbligatoria per legge e se il cliente non la volesse deve firmare una liberatoria. Se prima della partenza cambiasse idea è possibile aggiungerla anche in fase successiva alla prenotazione, fino al giorno prima della partenza.
La copertura assicurativa è prestata dal giorno della partenza al giorno del rientro.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Attenzione ! prima di comunicare informazioni sulle polizza al cliente DEVI leggere le condizioni della compagnia che assicura il viaggio in quanto ogni compagnia ha le sue regole!!

Ci sono diverse compagnie di assicurazioni che propongono polizze per i viaggi bisogna quindi conoscere le loro coperture e massimali per consigliare al meglio al cliente la copertura a lui più idonea . Per i pacchetti con volo charter leggere le condizioni di polizza offerte dal tour operator.

L'assicurazione medica è sempre venduta insieme con la polizza bagaglio.
A volte alcune compagnie aggiungono altre garanzie opzionali tipo ritardo aereo, prolungamento del soggiorno, assicurazione per la casa (invio elettricista/fabbro/idraulico per interventi 24h su 24), copertura per smartphone, tablet o fotocamere, assicurazioni per auto e moto che garantiscono il soccorso stradale, l'auto sostitutiva o l'assistenza tecnica ecc...

Ecco un elenco di altre polizze assicurative che possono essere vendute da noi al cliente:

- Visti: è l'assicurazione per chi si reca nei paesi in cui l'assistenza sanitaria è obbligatoria per l'ottenimento del visto.
- Polizze per viaggi fino a 100 giorni di permanenza in un Paese straniero Polizze per gruppi (di solito a partire da 6 persone)
- Integrative Tour Operator: La polizza che aumenta il massimale Rimborso Spese di Cura o bagaglio o Annullamento Viaggio offerto dalla copertura "base" del Tour Operator.
- Sci: L'assicurazione per gli sport invernali
- Europa: L'assistenza per un week-end senza pensieri in Europa L'assicurazione ideale per viaggiare nella Comunità Europea (fino ad un massimo 4 giorni di solito)
- Business: La copertura assicurativa completa per i viaggi di lavoro
- Giovani: L'assicurazione per i viaggi e i soggiorni all'estero per gli "under 30".
- Studenti: La copertura assicurativa completa per chi si reca all'estero per motivi di studio (La polizza può essere emessa per persone di età fino a 25 anni)
- Scuola: Il pacchetto assicurativo per gli studenti in gita scolastica
- Incoming: La polizza copre i residenti all'estero per viaggi e soggiorni effettuati a scopo di turismo e studio all'interno del territorio italiano
- Voli: L'assicurazione per i viaggi in aereo per infortuni di volo
- Responsabilità civile: per i danni involontariamente provocati a terzi (morte, lesioni personali, danni a cose) durante il viaggio.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Al cliente, con la documentazione di viaggio, viene consegnata la polizza che riporta tutti i dettagli, il numero della centrale operativa, il numero di polizza stessa.
In caso di sinistro devi spiegare bene al cliente che dovrà contattare **subito** la centrale operativa, spiegare l'accaduto, fornire il proprio numero di polizza e la centrale darà istruzioni su come comportarsi.
Se si dovessero sostenere in loco delle spese è importante farsi rilasciare dai medici/farmacisti la ricevuta del pagamento e una volta rientrati in Italia si invierà la documentazione all'assicurazione per l'eventuale rimborso.

Un'altra assicurazione molto importante da stipulare è **l'assicurazione annullamento viaggio.**
Questa polizza solitamente il cliente non la conosce se non è un viaggiatore e, soprattutto i clienti spesso non sanno che una volta prenotato il viaggio si incorre in penali in caso di annullamento !!
Al cliente che annulla la pratica prima della partenza saranno addebitati – indipendentemente dal pagamento dell'acconto - il costo individuale di gestione pratica, la penale nella misura indicata dal tour operator o fornitore, l'eventuale corrispettivo di coperture assicurative
Si può **stipulare SOLO in fase di prenotazione**, deve essere quindi emessa contestualmente alla conferma della prenotazione in quanto copre dal momento della stipula del contratto fino al giorno della partenza.

Dal momento in cui si conferma un viaggio al momento della partenza, se il cliente dovesse annullare il viaggio stesso, il fornitore addebita una penale.
Queste assicurazioni coprono le penali addebitate per l'annullamento viaggio.
Se il cliente non ha stipulato l'assicurazione annullamento viaggio perde o una parte oppure totalmente quanto pagato per il viaggio (la percentuale di penale dipende dal momento in cui avviene la rinuncia rispetto alla data di partenza)

Per prenotazioni da Tour Operator in fondo a ogni catalogo vengono riportate le condizioni di contratto. Esiste una scaletta di percentuali di penale in base alla data in cui viene annullato il viaggio.
Esempio: fino a 30 giorni dalla partenza penale del 10% - fino a 15 giorni della partenza penale del 20% e così a seguire fino ad arrivare a 3 giorni dalla partenza dove solitamente la penale è totale quindi 100% dell'importo totale della pratica.

ATTEZIONE dal 1° gennaio 2019 non è possibile emettere polizze con premio superiore a euro 200,00 a persona escluso CORSO DI 60 ORE per l'autorizzazione

E' VIETATO PER LEGGE VENDERE SOLO POLIZZE ASSICURATIVE senza servizi aggiunti

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

La penale viene calcolata sulla quota totale del viaggio comprese le quote extra.
Nel risarcimento al cliente la compagnia assicuratrice rimborsa la penale defalcata dei costi accessori (cioè le quote non rimborsabili, quali la stessa polizza, spese apertura pratica, ecc)

Il cliente che annulla deve inviare comunicazione SCRITTA alla compagnia, al tour operator e a te in copia (deve inviare raccomandata R/R oppure deve aprire il sinistro on line se la compagnia ha questa funzione attiva)
In questa comunicazione indicherà che intende rinunciare al viaggio e allegherà la documentazione che attesta l'impossibilità di partire da parte del cliente (se già in suo possesso).
Con il sistema di apertura sinistro on line devi essere tu ad aprire il sinistro nel sistema della compagnia, inserendo la documentazione necessaria (se già in possesso) e dare comunicazione al tour operator

Se il cliente avesse solo lasciato un acconto e la penale totale supera l'importo di questo acconto il cliente dovrà integrare la differenza e saldare quanto dovuto.

Nel momento in cui si deve annullare la pratica cosa succede?
- Se il cliente ha stipulato l'assicurazione contro l'annullamento viaggio, a questo punto interverrà l'assicurazione stessa che rimborserà, dopo un controllo della documentazione inviata, quanto dovuto.

E' quindi ovvio che
- se il cliente NON avesse stipulato la polizza annullamento, la quota della penale è interamente a carico suo.

Una volta annullata la pratica il cliente deve inviare all'assicurazione una raccomandata con ricevuta di ritorno. Se sarai tu a gestire per lui la pratica on line, egli dovrà dare a te tutta la documentazione richiesta.
L'assicurazione valuterà la documentazione e rimborserà al cliente quanto dovuto se il motivo dell'annullamento rientra nelle regole dell'assicurazione che è stata stipulata.
(verifica prima se la motivazione dell'annullamento è prevista dalle condizioni di polizza)

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

La compagnia di assicurazione per procedere con il controllo e l'eventuale rimborso richiede:

- l'estratto conto di pratica
- l'estratto conto di penale,
- le ricevute del pagamento da parte del cliente
- il contratto di viaggio
- il documento che identifica il motivo dell'annullamento (ricovero-certificato medico-lettera di assunzione…)

Ci sono alcuni punti importanti da considerare: leggere attentamente le condizioni di polizza !!!

- Alcune assicurazioni coprono le penali fino al giorno della partenza, altre invece non coprono per esempio per annullamenti avvenuti a 3 giorni dalla partenza
- ci sono assicurazioni che coprono per qualsiasi motivo documentabile ed altre che coprono solo in caso di ricovero ospedaliero (quindi se il cliente ha una otite e non può partire ma non c'è ricovero l'assicurazione non rimborsa nulla!!)
- alcune polizze non prevedono copertura per persone che hanno raggiunto l'ottantesimo anno di età (non solo si parla del viaggiatore ma se per esempio al nipote muore il nonno di 82 anni e non vuole partire perchè vorrebbe partecipare al funerale, l'assicurazione non prevede rimborso)
- ci sono assicurazioni che coprono le malattie pregresse o la gravidanza, altre no
- alcune polizze coprono per le ferie annullate da parte del datore di lavoro; controllare che la polizza comprenda anche questo caso

E' molto importante proporre l'assicurazione annullamento ai clienti, leggi bene cosa comprende quella determinata polizza e spiega i vari punti al cliente. E' indispensabile mettere per iscritto il consiglio di stipulare la polizza annullamento viaggio, il cliente in questo modo non potrà dire che deve annullare e che non sapeva esistessero penali in caso di annullamento (succede purtroppo molto spesso), tutto deve essere nero su bianco !!
Sul contratto di viaggio c'è una voce che indica assicurazione annullamento accettata o meno quindi se hai il contratto del cliente firmato puoi stare tranquillo!

Esempio pratico:

Ho venduto un viaggio per due persone da Euro 10.000 di cui 100 euro di quota iscrizione e 150 euro di assicurazione annullamento viaggio.
Il cliente annulla 20 giorni prima della partenza, poniamo che ci sia una penale del 20%
La penale viene calcolata sull'importo totale del viaggio . Ricorda che la quota iscrizione e la quota

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

dell'assicurazione vengono sempre perse.
Quindi defalchiamo 250 euro dal totale dei 10.000 euro ed avremo Euro 9.750,00
Il 20% di penale sono quindi euro 1.950,00

Il cliente essendo a 20 giorni prima della partenza avrà già saldato il suo viaggio quindi noi in cassa dobbiamo avere 10.000 euro .
Ci teniamo 100 euro di quota iscrizione - 150 euro della quota assicurativa – 1.950,00 euro di penale che versiamo totalmente al fornitore e rimborsiamo al nostro cliente euro 7.800,00.

1) se il cliente non ha stipulato l'assicurazione annullamento perde € 1.950,00 +100+150 euro
2) se il cliente ha stipulato l'assicurazione si apre il sinistro, si invia la documentazione necessaria e -dopo controllo - l'agenzia assicurativa rimborserà € 1.950,00 al nostro cliente (a volte con una quota di franchigia a volte totalmente….) .
Ovviamente rimborsa se la causa che lo ha costretto ad annullare il viaggio è prevista dalle condizioni di polizza !!

Non inerente alle assicurazioni ma importante da ricordare in questo argomento:

RECESSO SENZA PENALI
Il turista può recedere dal contratto senza pagare penali nelle seguenti ipotesi:

- aumento del prezzo in misura eccedente il 10% per pacchetti con volo charter. Per i voli di linea è importante indicare il cambio utilizzato in fase di preventivo/prenotazione.

- modifica in modo significativo di uno o più elementi del contratto oggettivamente configurabili come fondamentali ai fini della fruizione del pacchetto turistico (charter) complessivamente considerato e proposta dall'organizzatore dopo la conclusione del contratto stesso, ma prima della partenza e non accettata dal turista.

Nei casi di cui sopra, il turista ha alternativamente diritto:

- ad usufruire di un pacchetto turistico alternativo, di qualità equivalente o superiore qualora l'organizzatore possa proporlo al cliente. Se il servizio tutto compreso è di qualità inferiore, l'organizzatore deve rimborsare al cliente la differenza di prezzo;

- alla restituzione delle somme già corrisposte. Tale restituzione dovrà essere effettuata nei termini di legge.

(VEDI LA SLIDE SUI DIRITTI DEL CONSUMATORE)

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Parte H
IL RAPPORTO CON IL TUO CLIENTE

Riuscire a relazionarsi con le persone è un'arte, per alcuni è una dote, un modo di fare... naturale che li spinge ad orientarsi verso gli altri in modo molto spontaneo, istintivo, immediato. Per alcuni può risultare più difficile, ma non è di certo impossibile, basta impegnarsi un pochino soprattutto all'ascolto della persona con la quale vogliamo interloquire.

I rapporti interpersonali si basano su alcuni punti che stanno proprio alla base di una normale conversazione, quando parliamo stiamo in qualche modo influenzando l'altra persona. Ognuno di noi vuole magari la stessa cosa, ma la vuole in modo diverso, con obiettivi diversi, con modalità diverse e queste stesse modalità possono cambiare nella stessa persona in base a determinati momenti della sua vita.
Parlare male e veicolare male i nostri messaggi è terribile per chi ci ascolta e in pochi secondi possiamo perdere una vendita .

L'abilità nella conversazione persuasiva sta proprio nel persuadere il nostro "pubblico" , nel trasmettere il nostro messaggio alle persone che ci ascoltano. **Il nostro messaggio deve essere chiaro, semplice, facile e comprensibile.**

Devi creare prima di ogni altra cosa **empatia**, capire qual è il metodo di comprensione della persona che ti sta di fronte, come è meglio per lui/lei percepire il tuo messaggio.
Come prende le decisioni? Con quale metodo lo fa? In che "modalità" si trova ?
Il sapere "leggere" una persona ti può essere utile per aiutarla nella scelta, per aiutarla a conseguire i suoi obiettivi.

Come fare?

Formula la proposta in base a quello che il cliente capisce meglio
Essere responsabili cioè diventare abili nel rispondere
Orientare la direzione della tua conversazione in modo da incontrare l'altro sul SUO piano di comprensione
Infine avere la competenza di quanto si vuole spiegare è ovviamente indispensabile, se sei riuscito a costruire fiducia e credibilità, ma poi non hai la competenza necessaria, tutto cade come un castello di carta.

Pertanto se non sei nato con una buona parlantina o una particolare abilità nel parlare con gli altri, puoi sviluppare questa capacità . L'ascolto ! Arriverai a trovarti sulla stessa lunghezza d'onda del tuo cliente e imparerai a costruire delle relazioni forti, sincere e durature nel tempo.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

© Copyright All rights reserved

CHI PRENDE DECISIONI

In questo "gruppo" possiamo includere le persone che sono sicure di ciò che vogliono, non si basano sui giudizi altrui anzi, non amano che gli si dica cosa devono fare o cosa può essere meglio per loro. Non accettano le critiche ed i commenti o i giudizi degli altri, piuttosto che dare ragione criticano questi giudizi e cercano di distruggerli con le loro convinzioni. Non si fidano subito dell'interlocutore. Lasciamo a loro la decisione !!

Le parole che di solito usano sono: Io so che.... Secondo me... La verità è che.....

Come parlare con loro: Come tu ben sai.... Solo tu puoi decidere.. La decisione dipende solo da te.... Io ti posso dire che ...ma sei tu che devi decidere...

Esempi:
Come tu ben sai in questo posto troverai la pace ed il relax
Prova a considerare questa destinazione potrai decidere se può essere il posto giusto per la tua vacanza
Cosa ne pensi? Penso sia un'ottima destinazione per le tue abitudini, ma decidi tu se è corretta la mia valutazione

CHI NON AMA PRENDERE DECISIONI

Qui troviamo invece le persone che hanno bisogno del tuo aiuto per decidere, hanno bisogno dei giudizi altrui per convincersi che si stanno muovendo nella giusta direzione, cercano proprio il consenso di altre persone. Non amano prendersi responsabilità, fanno fatica a prendere decisioni da soli e si preoccupano di quello che penseranno o diranno gli altri. Decidono anche secondo le mode e le tendenze...
Sono disposti a cambiare idea. Devi prendere TU una decisione per loro

Come parlano: qualcuno ha già fatto questo viaggio? Come si sono trovati? Tu ci sei già stata? Lo hai già venduto questo hotel? I miei colleghi mi hanno detto che, ai miei amici fa piacere vedere...

Le risposte che tu puoi dare sono di questo tipo:
Ti confermo che molte persone adorano questo posto
Quando tornerai pensa cosa diranno i tuoi amici/tua moglie...
Quando i tuoi figli vedranno questo posto saranno entusiasti, pensa al consenso che otterrai!

Esempio del cameriere: Se al ristorante chiedo al cameriere "mi consigli, cosa c'è di buono questa sera nel menu...." Il cameriere non dovrà rispondermi ... abbiamo tutte cose buone veda sul meno

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

c'è di tutto ! Io in questo momento sono in modalità "decidi tu" quindi TU devi aiutarmi a decidere, il menu lo so leggere da solo ovviamente.... ma ho bisogno che tu mi dica cosa fare...

SINTETICO

Queste persone, come dice la parola stessa, vanno diritti al finale, sono infastiditi dai dettagli perchè gli sembrerà di perdere tempo in parole inutili. Stanno sempre su una descrizione generica.
Sono "visivi" cioè amano una immagine diretta che li porti immediatamente a quello che vorranno vedere. In un colpo d'occhio vogliono arrivare al dunque !

Le parole che useranno sono: In conclusione, ricapitolando, riassumendo ecc
Una vacanza di tre settimane la possono riassumere con un "Fantastico! "

A loro potremmo proporre una mail riassuntiva dove evidenziamo i punti principali e specifichiamo che negli allegati ci sarà il dettaglio. In questo modo in prima battuta avranno già capito quello che voglio comunicare e quando avranno più tempo/voglia potranno leggere punto per punto il programma di viaggio negli allegati

ANALITICO

Ogni cosa deve essere chiara e dettagliata e sono quindi infastiditi da chi vuole spiegare in modo sbrigativo. Vogliono dettagli, amano le foto ma queste devono essere accompagnate da un testo che spieghi esattamente loro che posto è, come si raggiunge ecc
Non vogliono uno schema vogliono il programma nei minimi particolari, preferiscono un discorso articolato con tanti esempi.

Le parole che useranno sono: Entriamo nel dettaglio, ma nello specifico questo posto com'è, spiegami bene come arrivare in aeroporto, punto per punto cosa vedremo...

In questo caso il nostro preventivo dovrà esaudire tutti i loro dubbi, da cosa mettere in valigia, a che ora trovarsi in aeroporto, chi incontreranno in aeroporto, il programma giorno per giorno con le escursioni che faranno, i documenti necessari per il viaggio insomma … tutto deve essere organizzato nei minimi particolari, devono sentirsi tranquilli
La loro vacanza di tre settimane: vi descriveranno ogni minimo particolare dalla partenza al giorno di rientro.

Se parlo ad un sintetico nello stesso modo in cui parlerei ad un analitico dopo 3,5 secondi avrà già perso la sua attenzione !

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Viceversa l'analitico penserà di te che non sei una persona preparata e non si fiderà !!

Devi adattarti alla loro modalità di percezione

VERSO IL PIACERE

Molte persone sono focalizzate al loro obiettivo, amano pensare al risultato finale e alle emozioni che proveranno una volta raggiunto il loro traguardo. Non vedono il problema o il rischio, puntano dritto all'obiettivo perchè sanno che, una volta raggiunto, saranno completamente appagati. Hanno proprio bisogno del traguardo da raggiungere e conoscono i benefici che troveranno.

Non vedo l'ora di arrivare là per.... Vorrei essere già ….

Con loro dobbiamo anticipare il vantaggio.
Come parlare con loro: Se vuoi riposarti questo è il posto migliore per te, se vuoi guadagnare dei punti con i tuoi amici portali qui, sarete soddisfatti. Se vuoi sdraiarti al sole e leggere un bel libro in pace questo hotel è l'ideale per te. In questo luogo farai camminate meravigliose, potrai sciare su una neve eccezionale, potrai andare in bicicletta e scoprire nuove spiagge, visiterai musei incredibili....
Fagli vedere i vantaggi che conquisterà

VIA DAL DOLORE

Preferiscono soprattutto evitare i problemi, fanno di tutto per studiare il modo migliore per evitare noie e sono degli ottimi problem analyst ! Sono focalizzati su quello che devono fare per arrivare al risultato senza complicazioni o intoppi lungo il percorso.
Parlano di situazioni problematiche e ostacoli da superare
Voglio andare in vacanza perchè sono stressato. Vorrei partire ma l'aereo è sicuro...

Con queste persone dobbiamo specificare i problemi che eviterà se....
Come parlare con loro: Se vuoi evitare di arrivare troppo stressato alla prossima stagione lavorativa parti
Se non vuoi sbagliare scegli questo posto
Se vuoi evitare di stancarti non fare il tour, scegli un soggiorno mare e là potrai decidere se e cosa vedere
Fagli percepire i Problemi che eviterà

VISIVO - AUDITIVO - CINESTESICO

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Le persone percepiscono la realtà e la processano attraverso i 5 sensi ma ognuno ha una modalità preferita. Una di queste modalità sensoriali ognuno di noi la utilizza più delle altre, uno dei nostri sensi domina sugli altri.

Per esempio al cinema durante la proiezione di un film c'è chi preferisce gli effetti sonori, chi osserva le immagini e gli effetti speciali, chi invece ascolta i dialoghi. Per questo motivo ci sono premi oscar diversi che si possono assegnare ad ognuno di questi aspetti.

Essere sulla stessa lunghezza d'onda del cliente ci farà entrare più in sintonia con lui
Dobbiamo quindi capire, in quel determinato momento, mentre parla con noi (QUI e ORA) quale canale quella determinata persona sta utilizzando e comportarci quindi di conseguenza.

Dei 5 sensi 3 in particolare ci interessano maggiormente:
Visivo: vista – Auditivo: la parola – Cinestesico: le sensazioni

VISIVO
Cliente: Buongiorno vorrei vedere il viaggio di quel tour operator, vorrei vedere cosa offre questo hotel...
Venditore: Guardi, del catalogo le posso far vedere tutte le caratteristiche, in questo viaggio potrà vedere … determinate cose , vede qui troverete....

AUDITIVO
Cliente: Le vorrei chiedere alcune informazioni
Venditore: Ascolti, in questo preventivo leggerà... le posso dire che..... se avesse delle domande mi chieda che le rispondo

CINESTESICO
Cliente: Vorrei sapere se qualcuno ha già provato, vorrei sapere cosa posso trovare
Venditore: quando rientra a casa provi a rileggere la mia proposta, mi dica che sensazioni prova, se gradisce fissiamo un appuntamento e le farò provare con mano che la proposta è adatta a lei

RISPECCHIARE LA VOCE

Qui siamo già su una fase un po' più complicata dove probabilmente ci vorrà molto esercizio da parte tua, ma anche questa situazione potrebbe aiutarti...

Riuscire a rispecchiare la voce del tuo interlocutore ti può far entrare in sintonia con lui/lei.
Questo non vuole dire scimmiottare il suo modo di parlare o di comportarsi ma, sempre mantenendo i l tuo modo di essere, devi cercare di avvicinarci il più possibile al suo modo di esprimersi.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Impara ad ascoltare le persone , COME parlano...
Ci si può allenare guardando per esempio un programma televisivo, percepire come le persone che partecipano al programma si comportano mentre parlano.

Volume , velocità e tono sono le caratteristiche che più ci interessano

Il volume: se una persona parla a bassa voce non interverrò io urlando o parlando comunque più forte di lui/lei. La voce alta solitamente significa che volete parlare di qualcosa che ti sta molto a cuore ma se usi un tono basso puoi dare un fattore emotivo più intenso.

Velocità: se una persona è molto pacata nel parlare, pensa e soppesa le parole prima di pronunciarle non dovrai rispondere parlando come una macchinetta in modo veloce.
Parlare degli argomenti che conosci in modo veloce oltretutto può mettere in difficoltà l'altra persona che non conosce le cose che gli stai dicendo e quindi farebbe più fatica a seguirti, devi dare il tempo di riflettere sulle informazioni che stai comunicando
(se si conosce molto bene un argomento siamo portati a parlare in modo molto veloce...)
Le pause per esempio, se gestite sapientemente, diventano uno strumento preziosissimo nel processo comunicativo. Se vuoi evidenziare un particolare, rafforzatelo con una pausa puoi dire dire: «La spiaggia di questo hotel (pausa) è l'ideale per delle bellissime passeggiate…».

Tono: se il tono di voce del mio interlocutore è rilassato cercherò di fare altrettanto . Ci sono persone che mantengono lo stesso tono per tutto il discorso, mentre altre che abbassano e alzano la voce in base a quanto vogliono spiegarvi.

Per diventare dei bravi oratori e catturare l'attenzione bisogna imparare ad avere carisma, anche nella voce. "Il carisma di una persona si deve alle corde vocali e a come moduliamo la loro frequenza".

Pare che nell'ambiente di lavoro, volume e qualità del tono vocale, risultino più decisivi del contenuto !

Ciro Imparato, noto doppiatore professionista di Rai e Mediaset, ha scritto un libro, *La tua voce può cambiare la tua vita* **(Sperling&Kupfer).**

In questo bel libro scritto da Ciro Imparato apprenderete, dunque, a colorare la vostra voce con esercizi divertenti affinché possiate dire anche voi: «attraverso la mia voce ho cambiato la mia vita»

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

© Copyright All rights reserved

Parte I

PUBBLICITA' ON LINE

Presenza - Visibilità - Reputazione

Se hai deciso di passare alla vendita on line o se hai la "classica" agenzia su strada, devi inevitabilmente essere rintracciato/a ON LINE .

Devi avere una **Presenza**, avere un tuo sito internet e più questo sito è moderno e accattivante e di facile lettura e visualizzazione, meglio sarà "capito" ed apprezzato dal cliente.

Come per ogni vendita il cliente vuole le cose semplici, vuole essere aiutato in modo elementare nell'acquisto. Stessa formula vale anche per il tuo sito web, deve essere di facile utilizzazione e navigazione.

Il sito web oggi deve essere adattato alla visibilità dai cellulari, il 60% degli utenti ricerca le offerte (soprattutto per il settore dei viaggi) dagli smartphone o tablet.

Inoltre il sito web non deve solo essere una vetrina, come avveniva una decina di anni fa, non deve essere statico, deve avere quella che in gergo si chiama "call to action" cioè il cliente deve fare una azione, per esempio compilare un modulo richiesta, chiamare via skype o al telefono ecc…

Di certo non basta aver creato un sito, ma è indispensabile, che questo sito sia pubblicizzato, altrimenti sarebbe introvabile da parte dell'utente finale (a meno che non si conosca l'esatto nome e si ricerchi in questo modo sul web).

Oltre alla presenza di un sito è indispensabile la **Visibilità** . Un sito senza follower è inutile

Facebook è sicuramente uno dei mezzi più potenti per farsi conoscere. Fino a qualche tempo fa si consigliava di creare una pagina e farla girare tra i propri contatti invitando amici, clienti e parenti a mettere un "Mi Piace" con la funzione "Invita Amici" sulla pagina in questione.

Questo vale se vuoi crearti una cerchia di follower (non utilizzare il Invita Amici se vuoi invece sponsorizzare un tuo post). Oggi c'è più la tendenza a farsi conoscere per quello che vogliamo offrire attraverso post, video, dirette.... cercare cioè il pubblico al quale vogliamo offrire qualcosa. Non i nostri amici ma persone realmente interessate al nostro prodotto.

Sempre all'interno di Facebook si possono creare delle vere campagne pubblicitarie con un costo modesto (per ora) e con la possibilità di essere visibili da molte persone e ovunque nel mondo.

Una forma importante per dare visibilità la propone **Google** con le campagne Adwords.

Sul sito di Google ci sono intere pagine che spiegano come creare delle buone campagne pubblicitarie e gli addetti di Google sapranno aiutarti a creare una buona pubblicità. Con gli adwords si paga il click cioè quando un utente vede il tuo annuncio e clicca sulla tua pagina verrà

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

addebitato il costo del click che varia in funzione di diversi fattori per esempio delle parole chiave che vengono utilizzate. Alcune parole chiave avranno un costo maggiore di altre

Il Pay Per Click (o anche chiamato Keyword Advertising) è uno strumento molto utile per acquisire velocemente nuovi visitatori verso il proprio sito. Grazie al Pay Per Click è infatti possibile ottenere una grossa visibilità sui motori di ricerca e sui siti e portali di contenuto che scelgono di mostrare le pubblicità sui loro siti. Inoltre grazie al Pay Per Click è possibile avere un controllo diretto sulla spesa da sostenere e sul ritorno dell'investimento, si può stabilire quanto spendere durante la giornata e quanto quindi essere visibili, in quale orario della giornata, in quale parte d'Italia (o del mondo) …. esistono diverse soluzioni che si possono adattare alle varie esigenze e tutto questo tenendo monitorato l'andamento della campagna per modificarla eventualmente in base al suo andamento.

Alcuni termini che sentirai utilizzare possono essere questi:

Migliorare il CTR (click to rate è un indicatore calcolato dividendo il numero di click ricevuti per il totale di impression)

Abbassare il CPC (cost per click è l'importo finale che viene addebitato per un clic)

Abbattere il Bounce Rate (utenti che arrivano tramite un link a pagamento ma abbandonano subito il sito); aumentare il tasso di conversione finale

Nel fare una campagna pubblicitaria bisogna scegliere quello che si vuole pubblicizzare cioè in base alla clientela che si vuole raggiungere. Se la pubblicità è su un resort di lusso la campagna dovrà essere studiata appositamente per quel tipo di clientela, impossibile rivolgersi ad un target giovane al quale non interesserebbe questa tipologia di viaggio. Bisogna conoscere il pubblico a cui ci si rivolge, analizzare e identificare il cliente e sapere cosa pubblicizzare !

Sempre per rimanere nei Social, e sempre per il settore del turismo, è molto utile essere presente su Pinterest o Instagram. Le foto le immagini ed i video sono molto emozionali e per i viaggi cosa c'è di più emozionante che vedere immagini belle che riportano alle cose spettacolari che si andranno a visitare!!

Per ultimo, ma non meno importante è la **Reputazione.**

Nel web si dice che "non avere una reputazione, è già una reputazione" !

Condividere esperienze dei viaggiatori con loro commenti e fotografie dei loro viaggi, le loro recensioni, le opinioni di chi ha già viaggiato con te, di chi ha già provato i tuoi servizi è davvero molto importante. Questo aspetto non va di certo trascurato.

Un sistema di Google, gratuito, e molto utile è **Google Alert** che permette di ricevere una mail ogni volta che una determinata parola chiave viene citata nel web. Per esempio il nome del sito, in modo che tu possa monitorare ogni qualvolta si faccia riferimento all'azienda ed alla tua reputazione.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Creare un buon **Blog** con contenuti interessanti e performanti, da tenere sempre aggiornato.

Attenzione a non iniziare a pubblicare in continuazione ed avere un picco di articoli per poi abbandonare questo tipo di informazione per mancanza di tempo o di notizie da pubblicare è assolutamente da evitare, è deleterio per la tua immagine, devono esserci delle strategie pianificate per questo tipo di lavoro, non va mai "abbassata la guardia" (vedi anche il punto N – organizzazione del lavoro)

Il blog ed il sito devono essere tenuti sempre aggiornati e movimentati, è un lavoro che richiede tempo ma è necessario spendere questo tempo per ottenere visibilità da parte degli utenti e, se fatta bene, questa visibilità porterà clienti sicuri.

Iscriversi ai siti di social news italiani e stranieri e condividere gli articoli e i contenuti aiuterà a far crescere il blog. Bisogna continuare a pubblicare articoli interessanti per attirare persone e aumentare il numero di visitatori che, se a loro volta condivideranno gli articoli, il potenziale di visibilità aumenterà in maniera esponenziale.

Come funziona il web:

Un consumatore, bombardato da una quantità enorme di messaggi e stimoli per l'acquisto, necessita in media dai 3 ai 7 secondi per decidere se acquistare o meno un prodotto

E' importante conoscere quello che viene chiamato "**Il Momento Zero della Verità**". Avviene quando il consumatore cerca su Internet informazioni ed opinioni sul prodotto che vorrebbe acquistare.

Può accadere che, proprio nel momento della ricerca di informazioni, i consumatori riscontrino lacune informative. Questo accade in quanto le aziende non forniscono contenuti di qualità, non si fanno intercettare, lasciano il racconto dei loro prodotti alla rete, non lo controllano.

Nei tempi brevissimi del momento zero (momento dell'acquisto), i consumatori rivolgeranno il loro interesse verso quei brand che avranno saputo comunicare contenuti di valore, coinvolgere il cliente acquisito e ottenere una recensione positiva, attivando quindi il passaparola.

Siamo ancora in un momento in cui la maggior parte delle persone utilizza il Web per …. bighellonare, per divertirsi, per svagarsi … non abbiamo ancora capito la potenzialità dei social.

Secondo un articolo di **Panorama** del **2016**, guardate questi dati a dir poco impressionanti su Facebook!!

1,09 miliardi

È il numero di persone che utilizza attivamente Facebook su base giornaliera

1,51 miliardi

Sono le persone che usano Facebook da dispositivo mobile ogni mese

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

66,1%

È la percentuale di iscritti che accede a Facebook quotidianamente

40

Sono i minuti che l'utente medio di Facebook trascorre quotidianamente sulla piattaforma

28 milioni

È il numero di utenti **italiani** che utilizza Facebook

1 miliardo

È il numero di utenti attivi di WhatsApp su base mensile

500 milioni

Sono le persone che utilizzano Instagram ogni mese

8 miliardi

Il numero di video visualizzati ogni giorno su Facebook

1 miliardo

Sono le ricerche giornaliere effettuate su Facebook ogni giorno

5,38 miliardi (di dollari)

A tanto ammontano i ricavi realizzati dalle aziende nel primo trimestre del 2016.

Ora capisci che è impossibile non essere presente nel Web e, soprattutto, non cercare il tuo cliente attraverso il web !

Importante è saper pubblicare l'articolo nel tuo blog, il tuo post su Facebook, la tua immagine su Instagram trasferendo una emozione. I numeri scritti sopra sono come abbiamo detto impressionanti e se da un lato tu possono aiutare, dall'altro essendo un numerino su milioni di lettori, devi saper catturare l'attenzione del tuo interlocutore. Dovrai arrivare al cuore, alla pancia delle persone, dovrai sponsorizzare un post alle persone che ti seguono perchè vogliono qualcosa da te, hanno capito le tue potenzialità. Sopra ho scritto che non sempre è positivo chiedere l'amicizia. Sì OK avrai tanti amici nel tuo elenco però sono amici che vogliono comprare da te oppure sono solo amici di Facebook ? Se tu conquisterai il tuo pubblico e pagherai delle pubblicità solo per le persone interessate a quello che tu vuoi vendere non perderai tempo e soldi con persone curiose che però, forse, non comprerebbero mai il tuo prodotto. Creati una cerchia di potenziali clienti e su questi investi tempo e soldi !

Come fare a crearti la cerchia di potenziali clienti? Postando, pubblicando, parlando con loro, offrendo valide soluzioni, novità del mercato, utili consigli.

Devi incuriosirli e loro stessi non vedranno loro che tu pubblichi qualcosa, loro stessi ti seguiranno e ti cercheranno quando avranno bisogno di un tuo aiuto perchè si fidano, sono affezionati a te !

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Parte L
DOMANDE AL CLIENTE

Anche in questa sezione vogliamo ribadire che l'elemento **più importante nella vendita è l'ascolto**, devi conoscere i desideri del cliente per aiutarlo, per conoscere le sue esigenze, se vuoi sapere cosa vuole veramente il tuo cliente, l'unico modo è chiederglielo! fare domande
(se possibile domande aperte e vedremo sotto cosa vuol dire)
Se solo saprai fare le domande giuste, il cliente ti servirà su un piatto d'argento le sue esigenze.

Devi avere a tua disposizione l'analisi dei dati cioè: capire chi è il cliente che ti sta contattando, da dove è arrivato, come ti ha trovato e riuscire ad anticipare le sue richieste . Questo sarebbe molto professionale, dare attenzione ai bisogni specifici di quel cliente ti farà scegliere rispetto ai tuoi competitors.

Il cliente vuole la vita semplice e tu devi cercare di dare a lui questa opportunità.

Facendo domande otterrai molti vantaggi:

si dimostra interesse per il cliente che si sentirà valorizzato
si sviluppano rapporti con il cliente (si rompe il ghiaccio)
si conquista il controllo della conversazione (chi fa le domande controlla la direzione del discorso)
si conduce la conversazione (chi domanda comanda)
si velocizza il processo di trattativa senza perdere tempo in mail varie
si aumenta la quantità e la qualità delle informazioni necessarie per sviluppare poi una proposta e si capiscono meglio le varie esigenze del cliente

Come fare le domande?

Il rischio iniziale è che ci si può trovare davanti ad un cliente che parla poco e non si riesce quindi a stabilire con lui un dialogo, magari perchè risponde solo con Si-No-Ci penso ecc.. A volte ci danno risposte inefficaci...
Il potere delle domande è quello che può fare la differenza in una situazione tipo questa.
Le domande devono essere "aperte" vale a dire domande a cui il cliente non può rispondere solo con un Sì o un No. (es cosa vi piace fare in vacanza)
In alcuni casi sarà invece necessaria una domanda "semiaperta" in cui il cliente può rispondere con una sola parola (es. entro quale giorno dovete rientrare in Italia)

Innanzitutto dobbiamo chiedere al cliente se possiamo fargli domande: "posso porti alcune domande per capire cosa ti interessa maggiormente?"

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Spiegare al cliente perché farai delle domande è importante (**cornice di accordo**) e nel momento in cui il cliente accetta "l'accordo", è come se ti avesse concesso il via libera per fare domande e potrai contare sulla sua disponibilità a risponderti

Dopo aver chiesto se puoi fare qualche domanda, farai tutte le **domande aperte** che ti servono per avere le informazioni necessarie.

Quale tipo di vacanza sei abituato a svolgere ….come mai hai pensato a questa destinazione…..Cosa ricerchi in questa vacanza…..Cos'è davvero necessario trovare in questa vacanza….Cos'è indispensabile....Cosa intendi per prodotto non troppo caro….. Perchè non ti è piaciuta quella vacanza….. Oppure perchè quella vacanza ti è piaciuta tanto….

Mi hai accennato che non ti trovi molto bene con la tua attuale agenzia. Nel caso volessi iniziare la collaborazione con me, cosa ti piacerebbe trovare di diverso….

Esempi...

Cosa cerchi per...
Come determina...
Cosa ti spinge a scegliere...
Cosa ti piace di più tra...
Cosa ti spinge a scegliere tra...
Cosa miglioreresti di...
Cosa ti porta a decidere di acquistare...
Perché ritieni che quello sia un fattore decisivo...

E' importante prepararsi un elenco di domande che puoi rivolgere al cliente, ogni domanda come detto sopra, deve darti le informazioni necessarie per capire le esigenze del cliente. Cerca di avere una linea guida di domande da porre e che andrai poi ad implementare a seconda delle esigenze che emergono di volta in volta.

In questo modo sei sicuro/a di non sottovalutare nessun aspetto importante e di ottenere tutte le informazioni utili per procedere.

In una seconda fase passerai a **domande semiaperte:** (deve scegliere tra due opzioni) Sei più predisposto a un tour di gruppo o a un fly & drive? Preferisci un villaggio all inclusive o un hotel in BB?

Le **domande chiuse** invece le userai solo per ottenere una precisazione: (deve rispondere con un si o un no)

Vuoi quindi una formula all inclusive? Ho capito bene?

Per te: di certo le domande devono essere interessanti per te, devono darti la possibilità di fornire al cliente la miglior soluzione per lui.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Per il cliente: deve riflettere sui SUOI bisogni e non dare risposte superficiali quindi lasciagli del tempo per rispondere, non devi avere fretta, non incalzare con le domande.

Spesso i Clienti sono convinti di conoscere bene i loro bisogni, ma non sempre sanno realmente quello che vogliono, solo con domande mirate e precise riescono in realtà a far emergere le loro vere necessità.

E' possibile (anzi capita spesso) che il cliente abbia delle credenze sbagliate sulla destinazione che vorrà visitare e questo ti può "aiutare" a capire come "aiutarlo"... (es Varadero a Dicembre non va benissimo... Agosto ad Agadir magari non sa che potrebbe trovare la nebbia....)

Ricordati però che non devi fare decine di domande che trasformerebbero in un interrogatorio la tua telefonata... :-)

Una volta concluso il tuo ciclo di domande lascerai il cliente spiegando che elaborerai per lui una proposta adatta alle sue esigenze sulla base di tutte le informazioni che ti ha fornito e, appena pronta, lo avviserai (via telefono sms whatsapp skype, come preferisci) che stai inviando la proposta.

Ovviamente, oltre a capire le esigenze del cliente sul suo tipo ideale di vacanza avrai poi necessità di conoscere informazioni più...tecniche ovvero:

date esatte
aeroporto di partenza
numero di persone
se ci sono bambini le date di nascita dei bambini
tipologia di sistemazione in camera (doppia singola comunicati ecc..)

Questi dati tecnici sono comunque essenziali per evitare perdite di tempo con preventivi che poi sarebbero da rifare se uno di questi elementi fosse diverso.

Non focalizzarti sulla vendita e sul tuo prodotto o su te stesso e sulle tue capacità. Non parlare mai di te ma piuttosto del beneficio che avrà dalla vacanza che costruirete insieme.

Focalizzati su quello che vuole il cliente, sulle sue aspettative.

Questo ti porterà (con le domande giuste) a redigere una proposta alla quale il cliente non potrà dire di no perchè avrai soddisfatto tutte le sue esigenze.

Importante:

Nel preventivo che invierai ricordati di utilizzare le stesse parole che il cliente ha utilizzato con te quando descriveva la sua vacanza ideale, riportalo al momento del suo piacere. Sottolinea tutti gli aspetti che ti ha richiesto e che tu ora stai esponendo.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

@Copyright All rights reserved

Parte M
DOVE CERCARE L'OFFERTA

Una volta individuati i gusti e le aspettative del potenziale cliente non ti resta che ricercare per lui l'offerta migliore.
Dove cercare quindi tra la moltitudine di cataloghi, locandine, news letters che arrivano ogni giorno?

Suddividiamo le richieste:

VACANZA CON VOLI DI LINEA

Normalmente ogni agenzia ha dei tour operator preferenziali.
In base alle proprie conoscenze e relazioni con i fornitori è meglio prediligere piccole realtà che riescono a personalizzare il viaggio nel miglior modo possibile, piccoli tour operator o Dmc che ti forniscono i servizi come il cliente li desidera - ovviamente dandoti anche un consiglio visto che sono loro che conoscono al meglio la destinazione e quindi le informazioni che ti danno sono certe
Inoltre i piccoli tour operator solitamente hanno una conoscenza approfondita delle destinazioni che trattano e, altra particolarità molto importante, riescono ad inviarti le quotazioni in tempi brevi.

Attenzione questo non vuol dire che non devi lavorare con Tour Operator più conosciuti dal mercato, a volte questi possono avere già soluzioni idonee al viaggio che stai cercando con un'offerta in corso o con dei posti opzionati sul volo per l'alta stagione per esempio.

E' bene verificare sui vari canali prima di procedere

Con i pacchetti con voli di linea solitamente si parla di pacchetti dove oltre al volo vengono forniti tour organizzati o liberi, semplici vacanze mare dove il cliente sceglie per esempio quanti giorni fare, che tipologia di albergo predilige, con quale compagnia volare, che tipo di escursioni effettuare una volta sul posto ecc… si parla di pacchetti costruiti su misura.

VACANZA CON PACCHETTI CHARTER

I pacchetti con i voli charter sono invece da prendere così come proposti dal tour operator, c'è l'obbligo della permanenza per 7/14 notti o multipli di 7 e non si possono modificare
(a volte i To emettono anche offerte per soggiorni diversi dai 7+7 con volo charter anche questo da verificare visto che le esigenze dei clienti cambiano nel tempo e quindi anche il tour operator deve cambiare se vuole restare a galla !!)

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

In questi casi sono i tour operator di medie/grandi dimensioni che noleggiano il volo a inizio stagione e offrono pacchetti tutto compreso, uscendo con le offerte e i last minute sotto data partenza per invogliare a comprare i posti rimasti invenduti.

Al momento i migliori To in questo campo sono:
Eden Viaggi – Veratour – Alpitour – Settemari – In Viaggi – I Viaggi di Atlantide diciamo che si tratta di fornitori che abbinano al volo charter villaggi di loro proprietà o in gestione diretta.
In questo caso gli stessi TO inviano giornalmente una news letter con le loro offerte e le ultime disponibilità, conviene iscriversi al loro sito per poter ricevere queste news letter o consultare il sito stesso nella sezione offerte una volta ottenute le password di accesso.

In alternativa per la ricerca delle proposte viaggio, ci sono dei software che raggruppano ed inviano le offerte dei TO via mail senza dover ricevere i vecchi fax che consumano carta e portano via tempo per l'archiviazione (Rete Viaggi - Booking fax come esempio). Questi sistemi sono utili non solo per visualizzare le offerte ma anche per ricordarsi quale TO fa una determinata destinazione....
Esempio: ti chiedono il Madagascar non ricordi quali TO propongono questa destinazione... qui puoi vedere chi offre cosa, magari non c'è la data che ti interessa ma avrai trovato i fornitori...

I Network per esempio raccolgono le offerte e inviano ai loro associati le proposte migliori in quel momento.

Un volta individuata l'offerta è possibile collegarsi al sito del Tour Operator scelto e, con le password dedicate, procedere alla richiesta di disponibilità e preventivo direttamente dal loro sito.
Per richiedere le password al collegamento on line i tour operator richiedono la copia della licenza, l'intestazione esatta dell'agenzia e la firma del contratto/accordo di collaborazione: a fronte del ricevimento di questa documentazione, rilasciano un codice prenotazione ed una password che servirà al collegamento telematico.

Molto importante è tenersi aggiornati sulle novità inerenti il mercato del turismo, leggere i giornali di settore è fondamentale per conoscere le notizie , nuovi voli charter, nuove collaborazioni tra tour operator, nuovi villaggi o cambi gestione ecc...

Rimanere informati in questo settore che cambia in continuazione è basilare !

Un consiglio è anche quello di partecipare ai webinar ormai numerosi che trovi on line, organizzati da tour operator oppure dal TTG (ente che gestisce la fiera di Rimini ed eventi), dagli enti del turismo e dall'Agenzia Viaggi (rivista on line di settore).
Sono delle e vere e proprie lezioni sulle destinazioni che ti aiuteranno a conoscere il Paese, cosa offre e come venderlo, ottime soluzioni che ti aiuteranno a proporre la destinazione.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Alcuni di questi webinar ti danno la possibilità di essere segnalato sul sito del fornitore (ente oppure To) che propone il corso come Specialist sulla destinazione e se riesci a chiudere vendite avrai la possibilità di partecipare agli educational proposti.

VOLI

Per quanto riguarda i voli ci sono diversi GDS che ti possono aiutare nella ricerca.
Normalmente per i voli low cost conviene prenotare direttamente sui siti delle compagnie stesse, sia per non avere fee aggiuntive sia perchè, in caso di modifica è più semplice operare direttamente sul loro sito, per esempio per i check in on line ormai obbligatori.
Se non sai quale compagnia opera su una determinata destinazione puoi collegarti a siti generici per es Zingarate, Volagratis, Skyscanner dove troverai tutti i voli e poi potrai collegarti al sito diretto della compagnia (non dite a questi signori che vi abbiamo detto questo) :-) :-)

Per i voli di linea i Gds più utilizzati sono Travelport/Galileo Sabre e Amadeus. Questi organizzano dei corsi per un primo utilizzo e forniscono guide on line. Se l'agenzia non possiede la concessione Iata può utilizzare questi Gds in totale autonomia per la ricerca e la quotazione ed avere il supporto per l'emissione dei biglietti da agenzie che forniscono il servizio di ticketing.(Agenzie Consolidator cioè le agenzie viaggi dotate di licenza IATA che effettuano le prenotazioni dei voli di linea per conto terzi.)

BIGLIETTERIA FERROVIARIA E MARITTIMA

Per i biglietti ferroviari puoi utilizzare sistemi tipo Albatravel o Easy Market che forniscono la biglietteria ferroviaria con possibilità di aggiungere fee visto che, come per i voli, non ci sono commissioni stabilite dai provider.

Per la biglietteria marittima si possono richiedere le password direttamente a Moby-Tirrenia-Grandi Navi ecc e prenotare direttamente dai loro siti nell'area dedicata alle agenzie con pagamento come stabilito in fase di contratto, sono prezzi commissionabili anche se le agenzie solitamente aggiungono fee di prenotazione.

PRENOTAZIONE HOTEL/ESCURSIONI/TRASFERIMENTI/CITY CARD/CARTE MUSEI....

Alcuni provider forniscono tutti questi servizi. I loro sistemi di prenotazione svolgono un'attività costante di contrattazione, aggiornamento e supporto alla vendita, riescono praticamente in tempo reale a ridistribuire il proprio prodotto via rete con la rapidità richiesta dai mercati che si muovono sul web.
Sono sistemi di prenotazione di più servizi, i più completi offrono hotel-escursioni-trasferimenti-voli-treni-noleggio auto-escursioni altri solo hotel altri anche pacchetti vacanza.... Solitamente i prezzi che propongono sono netti quindi da ricaricare con un tuo mark up.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Quando un cliente ci chiede un viaggio è carino fornire al cliente un pacchetto compreso di tutti i servizi.
Questo è utile sia per te per avere maggiori commissioni :-) sia per il cliente al quale togli un problema di organizzazione e di perdita di tempo dando, allo stesso tempo, valore aggiunto al TUO lavoro
Un volo e un hotel il cliente ormai è facile che se lo prenoti da solo su internet ma se vuoi offrire un buon servizio puoi proporre l'albergo vicino all'aeroporto se il volo è al mattino presto, il parcheggio in aeroporto, i trasferimenti aeroporto/hotel a destinazione, le carte per visitare i musei o le carte per muoversi sui mezzi pubblici, qualche escursione guidata o una cena particolare.
Sono tutti servizi extra che il cliente in ogni caso dovrà pagare quindi.... fai capire a lui che prenotare in anticipo questi servizi lo aiuterà a non perdere tempo sul posto in inutili ricerche...

L'agenzia con la quale lavorerai, o il network al quale ti affilierai avranno sicuramente dei contratti firmati con ognuno di questi fornitori !

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

@Copyright All rights reserved

Parte N
COME ORGANIZZARE LA GIORNATA DI LAVORO

Siamo arrivati a questo punto ed abbiamo già appreso un bel po' di informazioni utili per svolgere al meglio il nostro lavoro. Ma siamo anche arrivati al punto in cui tutto va messo un po' in ordine.

Lavorare da casa avrai capito che è molto interessante ! Però ci vuole ordine e soprattutto disciplina per non cadere nel vortice delle mille cose da fare e nella perdita di tempo proprio perchè manca una vera organizzazione. E' facile distrarsi quando si lavora da casa ed è ancora più facile perdersi se non si ha una vera pianificazione.

In questa chiacchierata ti spieghiamo cosa fare dal momento in cui ti siedi alla tua scrivania.

IL TUO ANGOLO
Innanzitutto devi creare un angolo che sia solo tuo, un posto tranquillo dove potrai concentrarti sul lavoro, ricevere telefonate, ascoltare webinar, senza essere disturbato da altre persone presenti in casa. Una scrivania dove, dal momento in cui ti siedi, sai di essere "entrato" nel tuo ufficio. Questa sembra una banalità ma ti assicuriamo, non lo è affatto! Avere un tuo spazio di lavoro, ordinato e attrezzato con tutto ciò che ti serve è indispensabile per rimanere concentrato su ciò che stai facendo. Quello che ti servirà lo scoprirai man mano che passeranno i giorni. Ognuno è abituato ad utilizzare alcune cose, indispensabili o meno che siano nella tua giornata lavorativa, è rilevante nell'organizzazione avere tutto a portata di mano.

Cosa serve?

Una ottima connessione internet innanzitutto !! un planisfero, cuffie per ascoltare i webinar per la tua formazione o per parlare con colleghi e clienti, stampante/scanner, cartelle/raccoglitori per i tuoi documenti (se ti piace usare sempre il vecchio cartaceo), evidenziatori, matite/penne, pinzatrice con punti, block notes, graffette, post-it, calendario, chiave Usb per salvare eventuali documenti.

Una volta sistemata la tua postazione impara ad organizzare il lavoro.

Se usi Gmail avrai un grande aiuto nella pianificazione degli impegni.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Crea nella tua posta di Gmail delle cartelle all'interno delle quali puoi dividere la tua corrispondenza, in questo modo non avrai la posta disordinata e potrai trovare subito quello che cerchi. È importante riuscire a catalogare in modo ordinato ogni cartella.

Esempio:

- lista offerte dei tour operator
- corrispondenza con clienti (potete aprire una cartella per ogni pratica in lavorazione o potete avere una cartella generica clienti...)
- comunicazioni con i tuoi colleghi/collaboratori
- lista biglietteria emessa
- cartella per la formazione
- preventivi dai tour operator o dmc divisi per destinazione
- feed back vacanze da parte dei clienti
- fatture e pagamenti...

Tutto ciò che ti arriva via e-mail va ordinato e catalogato. Perdi un attimo di tempo all'inizio per avere poi tutto organizzato per il futuro.

Crea il tuo Calendario. Ti assicuro che è utilissimo soprattutto in alta stagione quando avrai diverse partenze da seguire, molte scadenze da rispettare e nulla va lasciato al caso in questo lavoro di vera precisione e ordine. Non possiamo permetterci di dimenticare scadenze di opzioni o check in da fare per i nostri clienti !

Crea le cartelle nei Drive . Utilizzare questo strumento di Gmail è semplice e in ogni luogo in cui ti troverai potrai collegarti alla tua a posta e avere il tuo ufficio con te.

TO DO LIST
A chiusura giornata quando hai ancora in mente tutto ciò che dovrai fare, scrivi un elenco delle cose da fare il giorno successivo.
La mattina appena ti siedi alla scrivania, con la tua lista scritta, dai una priorità alle attività, numerando da 1 a …. punto per punto, per dare precedenza alle cose più urgenti e importanti, specificando molto bene le azioni che assolutamente sono da fare in quel giorno, il tuo TO MUST

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Avere la tua TO DO LIST ti aiuterà notevolmente ! E' importante nell'organizzazione misurare, monitorare e migliorare quello che stiamo facendo. Sia per un ordine lavorativo, sia per capire che quanto stiamo facendo ci sta portando dei risultati. Se così non fosse dobbiamo capire in cosa stiamo perdendo tempo, cosa potremmo eventualmente delegare, cosa dobbiamo fare insomma per migliorare. Il tempo è il fattore più importante che abbiamo ed è uguale per tutti ! Le ore della giornata sono sempre 24, su questo non possiamo discutere, per cui capire quanto lavoriamo, come lavoriamo, quanto tempo vogliamo dedicare al lavoro e quanto ai nostri hobby o ai nostri amici/familiari renderà il nostro lavoro migliore ma soprattutto renderà migliore la nostra vita.

Ora abbiamo la nostra lista di cose da fare. Io vedo così la mia giornata:

- Controllo mail e suddivido nelle relative cartelle di posta la corrispondenza arrivata. Lascio invece in evidenza (prima di suddividerle per cartelle) le mail da lavorare per es. rispondere a un cliente o a un fornitore, fare un pagamento, stampare o salvare un estratto conto ecc...
- In base alla To Do List vedo se nelle mail ricevute è arrivato qualcosa di più urgente da sbrigare prima.
- In alternativa procedo con la mia To Do List
- Durante la giornata, magari nella pausa pranzo o subito dopo pranzo prima di rimettermi al lavoro, cerco di leggere un giornale di settore per rimanere informata sulle novità nel mondo del turismo.
- In base agli step settimanali (riportati rigorosamente sul calendario :-) eseguo anche questi argomenti (vedi sotto...)
- A fine giornata, ricontrollo il lavoro svolto, spunto quanto fatto e compilo la To Do List per il giorno dopo

Esempio di una mia To Do List:

- Richiamare il Sig Rossi per chiedere saldo
- Fare check in per Sig Verdi
- Chiedere alla contabilità di pagare il tal fornitore
- Aggiornare offerta sul sito
- Creare post per Facebook
- Fare preventivo per Sig. Verdi...
- Sollecitare risposta dal tal fornitore

Cerca di non collegarti a Whatsapp o Facebook se non dopo avere completato l'elenco della tua To Must List. Sembra una cosa superflua dirlo ma credimi non lo è affatto. Se un giorno avrai voglia.... prova a cronometrare quanto tempo "perdi" durante una giornata tipo per gironzolare nei Social !! ne rimarrai stupito :-)

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Se qualcuno ti cerca, e ovviamente non è una cosa urgente, sappi dire a te stesso "NO, non è il momento". Quando sarai più tranquillo potrai rispondere a tutti e sicuramente lo farai in maniera più esaustiva di quanto potresti fare quando rispondi con fretta perchè hai una cosa urgente da concludere.

ORGANIZZAZIONE E LAVORAZIONE DI UNA PRATICA

Cosa succede quando un cliente mi invia il pagamento e prenota? Da qui in poi dovrò aver cura della sua pratica, devo confermare i servizi ma il mio lavoro non finisce qui anzi... dovrò segnarmi tutte le scadenze per non dimenticare nulla.

1) Procedo con la conferma di tutti i servizi. Attendo estratto conto e ricontrollo che tutto sia corretto.

2) Quando ho tutte le conferme scritte, invio una mail di riepilogo al cliente dettagliando ogni voce in modo che sia molto chiaro per lui quanto ho prenotato.
   Lo ringrazio per la prenotazione e gli ricordo la data in cui dovrà effettuare il saldo.
   Gli ricordo di controllare la validità dei suoi documenti (carta di identità o passaporto) per non arrivare sotto data ed accorgersi che sono scaduti !
   In base a quanto prenotato gli faccio presente eventuali note per es . se ha prenotato un noleggio auto dovrà controllare di avere una carta di credito non electron, dovrà stipulare in loco la kasko per essere protetto contro danni, incidenti, riduzioni o annullamento franchigia.... se ha prenotato un viaggio negli Stati Uniti gli ricordo che prima della partenza dovrà procedere con l'Esta ecc...
   Questa mail deve essere un po' il riepilogo di quanto ci siamo detti in fase di preventivo, un riassunto delle notizie più utili ora che la prenotazione è stata effettuata.

3) Invio al cliente copia assicurazione e contratto di viaggio per la firma

4) Apro il calendario della Gmail e inserisco le scadenze utili per quella pratica:
   - un mese prima della partenza mi segno: *chiedere saldo Sig Rossi* e in base al caso segno la data in cui *pagare i fornitori*
   - una settimana prima della partenza o un giorno prima per i voli di linea (se necessario): *fare check-in Sig Rossi*
   - il giorno prima della partenza: mi appunto che *domani parte il Sig Rossi e ricontrollo orario operativo voli*
   - il giorno della partenza *invio messaggio di Buona Vacanza*
   - 2/3 giorni dopo il rientro mi segno di chiamare il Sig Rossi per chiedere *feed back,* come è andata la sua vacanza
5) Registro la pratica in contabilità inserendo le fatture utili all'amministrazione per registrare

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

tutto in modo corretto, il contratto firmato e quanto necessario per la parte contabile.

6) Mi sono creata nei Drive di Gmail una cartella PRATICHE VENDUTE all'interno di questa macro cartella inserisco una sotto cartella con il nominativo dell'intestatario pratica: Sig Rossi pratica n....
All'interno della sotto cartella Sig Rossi inserisco tutti i documenti utili : conferme fornitori, copie bonifici da parte del cliente, copie pagamenti ai fornitori, estratti conto, biglietteria emessa....

A questo punto sono tranquillo e non mi resta che aprire, ogni mattina, il mio calendario con tutte le scadenze utili e i miei promemoria.
E' molto importante riportare tutto anche perchè, in caso di tua assenza, qualunque collega può aiutarti ed essere aggiornato sulla lavorazione delle tue pratiche.

STEP SETTIMANALI

Come dicevamo sopra è utile la programmazione generica del lavoro, non solo del quotidiano. Se io stabilisco che in quel tal giorno della settimana o del mese ho un impegno so che è inderogabile che quell'impegno debba essere svolto. Se per motivi eccezionali non posso in quella giornata, lo riprogrammo immediatamente per il primo giorno utile libero

Lavorando on line abbiamo capito che è molto importante avere una visibilità.
Avere un sito e non pubblicizzarlo è come non averlo, peggio ancora è il trascurarlo.

Una frase molto emblematica (come abbiamo già scritto) è questa: “Non avere una reputazione su internet ahimè è già una reputazione” !!

Non abbiamo l'agenzia fisica su strada dove ogni giorno passano persone che potrebbero entrare e, fortunatamente, proprio per questo abbiamo la possibilità di trovare molti più clienti che possono “passare” davanti alla nostra vetrina virtuale, on line ogni giorno e a ogni ora. Dobbiamo “catturare” il nostro cliente ogni giorno della settimana, con una programmazione sistematica delle azioni da fare.

Quindi.... programmate per bene questa fase di lavoro. Esempio:

Una volta la settimana dedica 2 ore di tempo per cercare post, citazioni, video....questo ti permetterà di pianificare tutta la tua programmazione

- 7 post che dovrai pubblicare, 1 al giorno, su Facebook
- 1 frase/citazione di qualche personaggio famoso o non . Es il Lunedì pubblicate la frase

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a “Consulente di viaggi dalla A alla Z”

"motivante" per l'inizio settimana.

- 1 video da pubblicare ogni …. Mercoledì
- 1 foto da pubblicare ogni... Domenica
- fai poi 1 video dove tu sarai in diretta per es una volta ogni 15 giorni....
  (per es puoi riprenderti durante una tua giornata di lavoro, mentre sistemi nelle cartelle di posta le offerte dei tour operator e intanto spieghi le caratteristiche di qualche destinazione, oppure mentre sei in vacanza in qualche luogo … sii spontaneo ed efficace nei tuoi video)

Facebook ti dà la possibilità di dare una programmazione ai tuoi post quindi è un lavoro che si può stabilire in un giorno della settimana: il Mercoledì dalle 9 alle 11 mi dedico alla impostazione di Facebook

Nel giorno stabilito (e segnato sul tuo calendario) dedicati a questa ricerca.
- Una volta ogni 15 giorni scrivi un articolo sul tuo Blog con notizie interessanti, accattivanti per il tuo pubblico

- Una volta al mese invia una news letter ai tuoi clienti con le offerte del momento. Per esempio a inizio stagione stimola i tuoi clienti a prenotare in anticipo per trovare le migliori offerte in un carrello ancora pieno di opportunità senza aspettare l'ultimo momento in cui si dovranno "accontentare" di quello che è rimasto nel carrello degli acquisti

- Una volta ogni 2/3 mesi dai un'occhiata al tuo sito e inserisci una nuova scheda su una destinazione adatta al periodo dell'anno in cui ti trovi.

- Un altro momento di pianificazione, programmazione del lavoro può essere fatto nel momento in cui inserisci un nuovo cliente nel tuo gestionale oppure nel momento in cui "scopri" qualche cosa in più della vita dei tuoi clienti. Inserire ogni informazione utile ad identificare la tipologia dell'acquirente ti aiuterà nel momento in cui dovrai fare un post, una news letter, una pubblicità mirata....
Ricorda di inserire subito i dati del tuo cliente nel gestionale ! Appena ti arriva una nuova richiesta, una nuova telefonata o comunque un nuovo contatto, aggiorna subito il gestionale. Su Facebook per esempio, ad oggi, è indispensabile fare post sponsorizzati solo al pubblico giusto con il messaggio giusto, nel momento giusto. Ciò ti farà arrivare al giusto cliente e trasformarlo in compratore!

Quindi... detto ciò.... abbiamo capito che è di fondamentale importanza prima di metterti al lavoro:

Programmare Pianificare Organizzare Prefissare Regolamentare ma soprattutto Attuare ed essere Disciplinati nel Predisporre la Tua Giornata di Lavoro

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

@Copyright All rights reserved

Parte O
COME FORMULARE UN PREVENTIVO

La tua mail di richiesta informazioni e ancora di più il preventivo che invii al cliente sono i tuoi biglietti da visita ! Sono il tuo modo di presentarti ad un cliente che non ti conosce ancora....
Dalla proposta che invii si deve percepire la tua conoscenza per il prodotto che stai proponendo.
E' importante, come abbiamo detto, fare bene le domande in fase di raccolta informazioni (analisi dei bisogni) ma è molto importante redigere un preventivo che non annoi ma, anzi, che attiri l'attenzione del tuo interlocutore.

Presentare un preventivo è forse una delle fasi più delicate della trattativa di vendita.

Innanzitutto il preventivo deve essere chiaro, questo vuol dire che NON DEVI usare termini tecnici (half board-pick up- allotment....) I termini del turismo usiamoli tra noi operatori del settore, ma non con il cliente, che non è tenuto a conoscerli.
Nella stesura della tua proposta non dovrai essere troppo prolisso ma dovrai essere preciso negli argomenti trattati. Non dovrai usare molti colori, la tua mail deve essere pulita e lineare.
Più la tua offerta sarà chiara, più entrerai in empatia con il cliente, più ti farai capire e comunicherai in modo corretto e più sarà facile per il cliente scegliere. Più cose capirà, più veloce sarà la vendita, spesso è proprio la comunicazione quella che renderà la proposta accettabile.

Preventivo efficace non significa giocare al ribasso e dare per forza un prezzo che pensi inferiore ad altri... inviare un preventivo efficace significa trasmettere sicurezza, competenza e serietà.

Presenta come primo step la proposta in modo essenziale, elencando tutti i passaggi utili per dare una panoramica generale (questo sarà utile per i “sintetici “) a questo seguirà una parte completa di descrizioni e ben dettagliata (utile per gli “analitici”)
Spiega nella fase della panoramica perchè hai scelto questa proposta, con poche parole devi far capire al cliente la motivazione che ti ha spinto a scegliere per lui questa soluzione.
Elencare questi elementi a inizio presentazione è molto utile, non farlo alla fine ma all’inizio della tua mail in quanto la parte iniziale dell’email è sempre quella che resta subito in vista, scendendo nella tua proposta il cliente leggerà sempre meno!!
E’ statisticamente provato che il cliente NON legge, quindi quello che vorrai dire, di importante, va inserito subito, quando l’attenzione del cliente è alta.

Breve descrizione:
Buongiorno ….., ti ho preparato come promesso un'idea per la tua vacanza.
Ti consiglio questo hotel/tour... perchè da quello che mi hai richiesto, qui potrai trovare.....

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a “Consulente di viaggi dalla A alla Z”

@Copyright All rights reserved

Qui elenco le esigenze principali che sono emerse dalla raccolta informazioni. E' importante utilizzare e ripetere le stesse parole che il cliente ci ha detto/scritto in modo che lui riviva le sensazioni che ha avuto nello spiegarci il tipo di vacanza che desidera, se le quote proposte sono contingentate e in offerta ...se ci sono sconti per i bambini ..ecc..

Parte sintetica:

Aeroporto: Partenza da Milano Malpensa
Periodo: dal 10 Marzo al 18 Marzo
Sistemazione: Camera doppia standard
Trattamento: All Inclusive
Quota Adulti €.....
Quota Bambini €....

Quota totale della pratica per tre persone comprensiva dei costi accessori € ….

La quota comprende (saremo molto chiari nell'indicare tutto ciò che abbiamo aggiunto)

- volo (da specificare la tipologia)
- tasse aeroportuali
- trasferimenti…(con dettaglio se sono inclusi)
- tour….(specificare cosa comprende)
- sistemazione (tipologia della camera quotata)
- trattamento (tipologia del trattamento previsto)
- polizze (mettere ben chiaro che polizze sono previste)
- visti e tasse ingresso/uscita (se previste)
- spese apertura pratica (se applicate)

La quota non comprende

- tutto quanto non indicato nè la quota comprende
- se ci sono polizze facoltative (da inserire)
- tasse entrata/uscita (se sono da pagare in loco e non inserite nella quota comprende)
- tasse di soggiorno (che di solito sono da pagare in loco eccezione per Croazia dove devono essere inserite e pagate in agenzia)

Programma dettagliato (solo per i tour individuali oppure di gruppo)
Seguirà in questa parte della proposta la descrizione giorno per giorno del tour

Descrizione Hotel (cosa offre, dove si trova, come si arriva....)

Il tutto deve essere accompagnato da fotografie non sgranate, non troppo grandi, belle immagini.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Dopo aver descritto in moto sintetico e poi dettagliato l'intera descrizione del pacchetto che stai offrendo puoi parlare di prezzo.

Nella Quota non Comprende indicherai tutti i costi extra: dedica dello spazio all'aggiunta di eventuali spese extra o tasse varie da conteggiare a parte o che il cliente dovrà pagare in loco in modo da dare un'idea precisa di quanto questa vacanza andrà ad incidere sul budget totale.

Alla fine della proposta dovrai indicare che NESSUN SERVIZIO E' STATO OPZIONATO-PREVENTIVO SOGGETTO A RICONFERMA ALLA PRENOTAZIONE
(se invece hai preso opzioni metterai la data e l'ora di scadenza delle opzioni per avvisare il cliente che se scadono poi tutto sarà da rivedere)

Se non hai preso opzioni alla fine della tua proposta è molto importante stabilire una data di scadenza RAVVICINATA nella quale vi dovrete sentire.
Questo perchè se ci sono voli di linea le tariffe variano in continuazione, se sono voli charter potrebbero uscire offerte differenti (a volte migliori) quindi è fondamentale chiarirlo al cliente in questo momento.

Fotografie: le foto non devono essere moltissime, ma ben posizionate nella proposta in base a quanto si espone, non devono essere pesanti con il rischio che l'offerta non si riesca ad aprire . Devono essere nitide ed emozionali ! La vista è un nostro senso molto importante, da sola un'immagine può far vivere molte emozioni diverse e osservare una bella immagine ci riporta automaticamente a quello che vorremmo visitare, quindi scegliete con cura ogni immagine.
Di solito è bene inserire sotto il titolo una bella immagine della località, poi se descrivi la camera inserisci una foto, così facendo anche per spiaggia, piscina ecc.

Dopo aver inviato la proposta è buona norma dare un colpo di telefono al cliente avvisando che hai spedito mail e puoi chiedere al cliente un appuntamento telefonico per spiegare a voce la proposta oppure sentire le sue valutazioni.
Si può anche inviare un sms, un messaggio su whats app, su skype, su messanger... tutti questi mezzi di comunicazione non sono invadenti e ci permettono di comunicare un'informazione molto veloce.
Scrivere un messaggio per avvisare che hai inviato la proposta stimola il cliente a visionarla più velocemente e, se il cliente non l'avesse ricevuta, può subito avvisarti.

Naturalmente dopo 3/4 giorni ri-solleciti il cliente e chiedi se ha avuto modo di visualizzare la proposta per capire meglio come procedere e così facendo 3/4 solleciti fino ad arrivare a una risposta finale

Nel capitolo successivo parliamo di solleciti ed obiezioni in modo più preciso.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

CARATTERISTICHE - BENEFICI - VANTAGGI

Importantissimo nella vendita è far passare un messaggio molto chiaro, la chiarezza è essenziale. Devi pensare che l'interlocutore può non sapere, non conoscere le cose che gli vuoi spiegare. Devi partire dalla base utilizzando un vocabolario semplice e allo stesso tempo devi percepire il suo livello di conoscenza sull'argomento di cui stai trattando, questo ti può aiutare ad elaborare un discorso né troppo semplice (se l'utente ha già viaggiato e conosce i termini che normalmente si utilizzano) né troppo tecnico (se la persona non ha mai viaggiato e non sa cos'è una Full board piuttosto che un check-in). Quello che a te sembra elementare può non esserlo per l'altra persona. Non mettere sigle iata aeroportuali, utilizza i nomi delle città. Se ne sa poco parlerai quindi in modo analitico ed elementare. Una volta riconosciuto il livello di conoscenza del cliente devi adeguarti.

Devi saper spiegare inoltre tre cose essenziali- La triade che deve sempre essere presente in una proposta è questa:

CARATTERISTICHE – VANTAGGI – BENEFICI (ti ricordiamo qui quanto già detto in precedenza perchè è in questo momento che devi sottolineare al cliente C V B)

Caratteristiche: Deve esserci qualcosa di scritto che indichi la Quantità e il Tipo
Per esempio: 9 giorni / 7 notti e vacanza single

Vantaggi: Qualità e Condizioni vanno spiegate ma deve esserci l'emozione, il vantaggio che procurerà questo acquisto. Per le vacanze è un argomento semplice in quanto un'immagine o un video di qualità provocano in modo naturale un' emozione.

Benefici: Cosa trovi in questa vacanza , come ti senti al tuo ritorno

Esempio:
Caratteristiche: 10 giorni di vacanza
Vantaggi: hai a tua disposizione relax Spa e spiaggia bianca
con la tua famiglia potrai goderti le tue vacanze
Divertirti con i tuoi amici nel villaggio...
Un tour emozionante per scoprire un Paese incredibile
Benefici: Tornerai pronto per ripartire, rigenerato e rilassato, scoprirai nuove emozioni

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

LA QUOTA

Se parliamo di pacchetti da Tour Operator sarà il TO stesso a fornirti tutti i costi che normalmente sono:
Quota Base - eventuali supplementi o riduzioni relativi ai pasti o alla tipologia di camera- tasse - (council tax, addizionale comunale o adeguamento carburante se si parla di voli charter) - quota iscrizione - assicurazioni - riduzioni per prenota prima o offerte last minute

Se sei tu a costruire un pacchetto fai attenzione a comprendere tutte le quote che formeranno la proposta. Solitamente nella costruzione da parte tua avrai delle quote nette e quindi dovrai aumentare delle provvigioni e dividere quindi il costo per i partecipanti.
Ricordati sempre di aggiungere le assicurazioni !!

Dai sempre la quota per persona comprensiva di tutti i costi accessori. E' inutile proporre un prezzo base per poi mettere a parte tutte le quote che comunque dovranno essere pagate.
Non far trovare sorprese al cliente e non fare il classico specchietto per allodole.
Quello che dovrà pagare a te va indicato nel suo totale e, se si dovranno sostenere costi in loco, questi verranno specificati nella quota non comprende.
Il cliente deve sapere quanto costerà la sua vacanza (ovviamente extra personali esclusi)

Se il viaggio fosse in aereo ricordati i trasferimenti dall'aeroporto all'hotel.

Specifica sempre che nessun servizio è stato opzionato e che l'offerta può variare in qualsiasi momento

Alla fine della proposta che potrebbe essere una mail oppure un allegato in pdf includi sempre tutti i tuoi contatti e i dati dell'agenzia di riferimento

Un'attenzione particolare nel calcolare la quotazione per l'organizzazione dei gruppi

Se il viaggio sarà in pullman dovrai includere:
Il costo del pullman - dei vari parcheggi che solitamente in noleggiatore non include - il vitto e alloggio degli autisti* - l'hotel con la differenziazione delle tipologie di camere (es multiple per i gruppi scolastici e doppie/singole per i professori e gli autisti) - le gratuità - le entrate ai musei - il costo per gli auricolari (spesso obbligatori in molti posti) - il costo delle guide - i pasti (se in hotel o in ristorante) - le assicurazioni
*Per gli autisti bisogna calcolare la pensione completa
(calcolare quindi il costo per tutto il soggiorno oltre alle spese del viaggio dal 1°giorno fino al pranzo/cena dell'ultimo giorno) e considerare quanti autisti serviranno: devi sapere che un autista non deve superare le 13 ore di impegno giornaliere - tra i due giorni per esempio di gita devono

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

esserci almeno 9 ore di riposo. In alternativa devi prevedere due autisti per ogni mezzo e quindi i costi aggiuntivi per entrambi gli autisti che poi dovrai dividere per tutti i partecipanti
Tutti questi costi vanno divisi per il numero delle persone paganti
Se sono quote nette vanno ricaricate della tua percentuale di commissione

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Parte P
SOLLECITI – OBIEZIONI

Dove ci troviamo a questo punto ?
Hai contattato il cliente, hai raccolto le informazioni necessarie a redigere una proposta adatta alle esigenze del cliente, hai avvisato il cliente di avere inviato la mail con il tuo preventivo ….e ora??

Non devi abbandonare il cliente: ora non ti resta che sollecitare un risposta.

Se il cliente ti contatta per primo ascolterai le sue impressioni, altrimenti devi chiedere un suo riscontro.
Si dice che l'ideale sia fare 5 solleciti. Almeno 3 solleciti vanno di certo fatti !

S e quando hai inviato il preventivo avevi fissato un appuntamento telefonico lo rispetterai e contatterai il cliente in base alle direttive prese.

In alternativa 2 / 3 giorni dopo aver inviato la proposta contatterai il cliente o, in mancanza di numero di telefono invierai una mail per chiedere se è riuscito a leggere il preventivo, se lo ha valutato e come lo ha trovato (ricorda in questa occasione domande aperte, non deve semplicemente rispondere con un "si l'ho letto" …)

Non aspettare molti giorni prima d'inviare il sollecito alla risposta, non servirebbe a nulla.
Il cliente dev'essere "caldo" per percepire cosa può o non può andare bene nella tua proposta e, prima che si rivolga ad altri per cercare un'alternativa, chiamalo e chiedi opinioni su quanto hai inviato.

Ecco di seguito come risolvere le eventuali e inevitabili obiezioni o paure che ti potrebbe porre il cliente. Sii pronto in modo da riuscire a "smontare" le obiezioni e convincere il cliente che la tua proposta potrà soddisfare un suo bisogno.

OBIEZIONI - PAURE - AMBIZIONI

Obiezioni : Sono naturali e fisiologiche e devi cercare di capire e anticipare per tranquillizzare il cliente e fargli capire che gli vai incontro nella sua paura di sbagliare e di non scegliere bene

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

@Copyright All rights reserved

Preoccuparti del cliente prima che subentrino i dubbi è fondamentale.

Se tu conosci le obiezioni tipiche che i tuoi clienti ti possono fare, (e le obiezioni sono sempre le stesse…) devi anticiparle e sfatare la loro paura.
Fai un elenco di quali sono le obiezioni che ricevi più frequentemente e che tendono a inacidire il rapporto con il cliente. Cosa puoi dire per anticiparle??
Se pensi che ti chieda uno sconto, perchè per esempio lavori su internet, anticipa questa domanda spiegando che hai deciso di tenere i prezzi fissi per garantire maggiore chiarezza e serietà ai tuoi clienti!
Fai soppesare la tua risposta e vai incontro alla sua richiesta con al massimo un arrotondamento sul prezzo finale.

Mi sono venuti a cercare loro, i clienti, ho quindi diritto di sapere perchè non vogliono comprare o stanno temporeggiando, lascia da parte la timidezza e chiedi, fai domande dirette !

Ricordati che le obiezioni possono essere un'opportunità positiva da cui puoi attingere informazioni, significa che il cliente è interessato, è una domanda di acquisto ed è per te una opportunità . (Se non ci sono obiezioni il cliente non si fa più sentire …. non è interessato !)
Se tu rispondi in maniera soddisfacente il cliente compra, fai la differenza perchè lui ha una obiezione e tu devi sapere rispondere, per questo devi prepararti prima, le obiezioni sono sempre le stesse...

Le 8 obiezioni tipiche:
-Decidi se dare del Tu o del Lei-

Ci devo pensare: quindi potrebbe essere interessato...non ti ha detto di no.
In modo ironico gli dirai: ah bene allora non vuoi liberarti di me :-) sorridendo (ricordati che il sorriso passa anche per i il telefono come tutto il resto è percepito dal tuo cliente!!)....
Bene allora ti posso chiedere cosa ti impedisce di prendere una decisione ORA ?

Non ho abbastanza soldi:
"Stai tranquillo può capitare, se risolviamo questo aspetto possiamo parlarne ? "
(se l'obiezione è vera ti risponde SI convinto - se era solo una scusa del tipo..."ma no dipende dovrei

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

pensarci su" .....allora la sua obiezione non era quella).
Se ti ha risposto SI e hai altre proposte allora proponile .

Sentirò altre agenzie: alcuni clienti vogliono fare un confronto prima di acquistare.
"Sono certo che tu desideri trovare la soluzione migliore. Mi dici un paio di cose su cui vorresti fare un confronto? "

E' troppo caro:

- rispetto a cosa valuti questa proposta non interessante? (non ripeto troppo caro ribatto in positivo)
- è vero ma secondo te perchè è così costoso rispetto a ...cosa? Se ti risponde dimmelo tu...è fantastico ...così hai l'opportunità di spiegare !
- se il prezzo fosse + basso acquisteresti ? se trovo il modo di abbassare il prezzo, a discapito quindi anche della qualità cambieresti idea? oppure Se pensassimo per esempio a....in altra destinazione che non ti ha chiesto ma che sai che è meno cara)
- Saresti pronto a chiudere la trattativa considerando che anche il livello dei servizi si abbasserebbe se pensiamo a.....?

Sono soddisfatto della mia agenzia di fiducia

- bene, posso chiederti cosa ti piace dell'agenzia a cui chiedi le proposte di viaggio (e che tu dovrai poi eventualmente mantenere) e cosa si potrebbe migliorare?
- Bene, in base a quali criteri valuti il suo fornitore? Da quanto tempo non fai un confronto?
- Capisco, tuttavia nessuno ha l'esclusiva sulle buone idee :-) poter fare un confronto è fondamentale e intelligente da parte tua.

Devo parlarne con:

- se dipendesse esclusivamente da te saresti interessato? (Questo ti serve per capire se l'obiezione è vera)
- qual è la cosa migliore che posso fare per convincere anche...(tu devi fare di tutto per arrivare a parlare con il "decisore" troppi passa parola fanno spesso perdere la vendita)
-

Risentiamoci tra 6 mesi.

- Cosa ti impedisce di decidere ora?
- Ti andrebbe di beneficiare dei vantaggi ora (prenota prima)
- Ha mai quantificato le conseguenze negative dell'attesa?
  - Mi sta davvero dicendo di no? Senza aspettare una risposta continuo chiedendo Cosa

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

- davvero non ti convince?

Quando capisci che vuole proprio liquidarti:

- Capisco, posso farti un'ultima – un'unica domanda?
  Avere informazioni complete è la cosa migliore per te per prendere la decisione giusta, cosa manca a questa proposta?

Per essere un bravo venditore devi essere in grado di essere cacciatore e demolitore di obiezioni, se smonti l'obiezione la vendita è conclusa.

Prima di tutto devi ripulire la tua testa da tutte le obiezioni che hai di te stesso sul tuo prodotto! Puoi vincere ed essere coerente SOLO se credi in quello che vendi e lo vendi perchè sei sicuro e ne conosci il valore.

Quando vendi devi essere innanzitutto sempre in Peak State cioè devi avere l'entusiasmo e l'energia necessari per fare la differenza, il tuo stato influisce moltissimo, si dice che il 20% è tecnica e l'80% atteggiamento mentale.

Due schemi, due formule, possono essere utili: **PAR** e **PAM**

P A R dove
P sta per Percepire l'obiezione, la incasso...
“capisco che il prezzo è alto, accolgo l'obiezione e la comprendo, capisco che può sembrare “caro” mettendo il caro tra virgolette
A sta per Apprezzo “capisco la sua domanda e l'apprezzo,
ti ringrazio per avermelo fatto notare. Che potrebbe sembrare caro è vero, da un certo punto di vista, possiamo valutare insieme il “caro”
R sta per riformulare
“se capisco bene questa è la tua unica riserva, è solo una questione di prezzo” Riformulo quindi la sua obiezione e spiego i motivi di quel determinato prezzo.…

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a “Consulente di viaggi dalla A alla Z”

P A M **P**ercepire e **A**pprezzare rimangono le stesse mentre con la **M** memorizzo -
prendo nota, in questo caso mi segno punto per punto e valuto ogni punto con il cliente per capire qual è l'obiezione determinante .
Ad ogni punto chiederò "e' chiaro?" "hai altre domande?" "ne abbiamo parlato di questo è chiaro?"
Scoprirò in questo modo dove sta la sua obiezione e a questo punto ne possiamo riparlare.

Stessa cosa vale per le PAURE e le AMBIZIONI quali sono le sue "paure o ambizioni" e le anticipo

Paura di non fare la cosa giusta, paura di perdere un'opportunità per esempio
Ambizioni cosa sogna da questa vacanza, di ottenere da questa vacanza...

Ascolta innanzitutto chi hai davanti
Fai le domande aperte
Sollecita una risposta
Riformula
Smonta le obiezioni

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

@Copyright All rights reserved

Parte Q
COME PROCEDERE: LA CONFERMA

Riepiloghiamo i punti:

Ti è arrivata una richiesta da parte del cliente
Lo hai contattato oppure, in mancanza di numero di telefono, hai inviato una mail per la raccolta dei dati
Hai ricercato l'offerta per lui migliore
Hai inviato una proposta dettagliata spiegando il perchè hai scelto quella determinata offerta
Hai sollecitato una risposta ed eventualmente modificato in base alle aspettative del cliente

Ora il cliente ha accettato la tua offerta e devi procedere con la prenotazione quindi:

Innanzitutto devi **richiedere tutti i dati** anagrafici che ti servono per confermare i voli o il pacchetto. Quello che il cliente dovrà inviarti **SEMPRE PER ISCRITTO** per essere certo di non sbagliare ...sarà:

- nome e cognome di tutti i partecipanti esattamente come riportati sul documento che utilizzeranno per recarsi in aeroporto (carta di identità o passaporto).
  Ideale è farsi inviare la fotocopia di ogni documento di identità per controllare di persona la scadenza ed il nome/cognome. Questo punto è importante perchè se si parla di emissione di biglietteria aerea il nome sul biglietto aereo deve essere esattamente come riportato sul documento, se il passeggero si reca in aeroporto ed i nomi non coincidono il passeggero non parte !! "spaventa" il cliente perchè spesso le persone non si rendono conto dell'importanza di questi dati
- per alcuni viaggi sono necessari tutti i dati presenti sul documento di identità (numero passaporto, data di rilascio e di scadenza, luogo e data di emissione) quindi è buona norma farsi inviare la copia per non sbagliare in fase di prenotazione.
- data e luogo di nascita di tutti i partecipanti
- un codice fiscale dell'intestatario pratica
- un indirizzo completo ed un recapito telefonico - dove in ogni momento puoi rintracciare il cliente
- in questa fase ricordati di chiedere al cliente se preferisce stipulare assicurazioni integrative e, soprattutto, l'assicurazione annullamento viaggio che deve essere stipulata lo stesso giorno in cui effettui la prenotazione.

Una volta raccolti i dati **devi chiedere l'acconto del viaggio** (se la partenza è oltre i 30 gg) oppure il saldo (se la partenza è sotto i 30 gg)

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

L'acconto richiesto normalmente è pari al 25% sul totale della pratica per i pacchetti con volo charter . Se la partenza è sotto data sarà necessario richiedere il saldo totale.

Ci sono alcune eccezioni:

- per i viaggi organizzati soprattutto con volo charter quella indicata sopra è la regola utilizzata da tutti.
- per i pacchetti con volo di linea devi chiedere al tour operator quale importo richiedere al tuo cliente.
  In alcuni casi il fornitore rispetterà la regola del 25% di acconto (questo succede se ha dei posti in allotment e quindi non deve emettere subito la biglietteria) . Negli altri casi se dovrà emettere la biglietteria aerea/navale ecc immediatamente, richiederà il saldo della biglietteria ed un acconto sui servizi a terra (noleggio auto-prenotazione hotel- escursioni ecc...)
- per la sola biglietteria emessa da te il saldo dovrà essere totale e contestuale alla prenotazione.
  Questo perchè? È una domanda che di certo il cliente vi potrebbe fare....
  Perchè la biglietteria è soggetta a penale totale già nel momento in cui viene emessa. Se oggi prenoto un volo e il giorno successivo il cliente decide di non partire più, per i più svariati motivi, quel biglietto aereo è già in penale e da pagare alla compagnia aerea!! è molto importante ricordarsi questa regola e soprattutto, spiegarla al cliente. Dalla mezzanotte del giorno dell'emissione scattano automaticamente le penali di annullamento, penali che possono essere totali o parziali ma in ogni caso sono penali e se non ho il saldo da parte del cliente questa penale la paga l'agenzia. (vedi anche il capitolo assicurazioni annullamento).

Metodi di pagamento:
Il cliente può pagare con bonifico bancario, con vaglia postale, con bollettino postale, con carta di credito. Per le agenzie on line, non avendo un ufficio in strada e comunque non essendoci il presupposto per incontrare il cliente i contanti e l'assegno non sono due metodi di pagamento previsti.

Attenzione:
Se il pagamento avviene con carta di credito ricordati che c'è sempre una commissione addebitata dall'azienda che ha emesso la carta di credito.
Questo è da tenere in considerazione soprattutto per l'emissione della biglietteria dove le compagnie aeree non riconoscono una commissione alle agenzie ed è prassi ormai consolidata che le agenzie percepiscano un diritto d'agenzia (o fee) che viene pagata direttamente dal cliente come servizio per la prenotazione effettuata e che diventa per l'agenzia l'unica fonte di ricavo per l'emissione del biglietto, quindi ci sarebbe un aumento di costi con la carta di credito
(Il compenso percepito potrebbe anche essere assoggettato ad iva del 22% in base al Paese di destinazione)

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Quando il cliente ti dà la sua carta di credito devi farti firmare un modulo di autorizzazione al prelievo tramite la sua carta di credito.

Il compenso ricevuto dal cliente per l'attività di intermediazione, certificazione del corrispettivo per la prestazione di emissione della ***biglietteria aerea nazionale*** *sarà assoggettandolo ad IVA con aliquota del 22%; mentre per l'emissione della* ***biglietteria aerea internazionale*** *tali corrispettivi sono non imponibili IVA in virtù dell'art. 9, comma 1, punto 7, del D.P.R. n. 633/72.)*

Per il pagamento tramite vaglia postale l'accredito viene effettuato immediatamente sul conto, per i bonifici bancari farsi dare dal cliente il numero di Cro in quanto il bonifico potrebbe essere annullato una volta effettuato (nell'acro della giornata) – questo dipende dalle condizioni bancarie e dalla cifra bonificata
Meglio chiedere sempre la copia del pagamento in entrambi i casi
Il numero di Cro (Codice Riferimento Prenotazione) è un codice di 11 cifre fornito dalla banca di appartenenza che accerta che il pagamento è stato effettivamente effettuato, saranno le due ultime cifre del CRO a confermare l'esistenza o meno del bonifico.
Alcune banche ad oggi in cui scriviamo non utilizzano più il Cro...

Stipulare il Contratto di viaggio: Vedi la slide specifica

Quando avrai ricevuto la copia della ricevuta attestante il pagamento puoi **procedere con la prenotazione effettiva.**

La prenotazione può essere a **conferma immediata**, quando tutti i servizi richiesti sono disponibili immediatamente e confermati dal tour operator o comunque dal fornitore (dmc, compagnia aerea ecc...)
Oppure la prenotazione può essere su **richiesta impegnativa**.

Cosa significa?

Se il tour operator non ha la disponibilità immediata (di uno o più servizi) deve procedere con una richiesta impegnativa al suo fornitore.
Esempio: ho i voli confermati, l'hotel invece è disponibile solo per 2 notti su 7 che ci necessitano; il tour operator dovrà contattare il suo corrispondente o l'hotel diretto, a seconda di come procede normalmente per quella determinata destinazione, e richiedere la disponibilità delle notti mancanti.
Se l'hotel conferma tutte le notti la prenotazione è automaticamente confermata quindi il tour operator non ci chiederà nuovamente se il cliente è sicuro di prenotare ma prenoterà automaticamente. Impegnativa quindi perchè in caso di annullamento ci saranno immediatamente penali.
Per questo motivo dobbiamo richiedere subito acconto o saldo al nostro cliente in fase di richiesta impegnativa, per non dover pagare noi al posto suo delle penali se poi il cliente cambiasse idea.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Se invece l'hotel non dovesse confermare la disponibilità e il tour operator offre un'alternativa simile a quella proposta o superiore (mai inferiore), a questo punto sarà il cliente che potrà o meno accettare la soluzione. Se l'accetta si procede e si va avanti con la prenotazione, se non l'accettasse e non trovi una soluzione per lui valida, l'acconto o il saldo versato verrà completamente restituito al cliente senza aggiunta di costi.

Facciamo una parentesi per capire meglio:

- il tour operator a inizio stagione può decidere di opzionare delle camere in alcuni hotel della sua programmazione. L'hotel garantirà quella disponibilità fino ad una certa data stabilita (posti in allotment con release data), arrivati alla scadenza il tour operator deve rilasciare le camere all'hotel che se le potrà rivendere a suo piacimento.
  Rilasciando libere le camere non avrà più la disponibilità e dovrà quindi procedere con la richiesta impegnativa. Ecco perchè quando si parla di prenotazione sotto data spesso si deve procedere con le richieste impegnative.
- Il tour operator non opziona alcuna camera per cui per ogni domanda di disponibilità dovrà andare su richiesta impegnativa
- Sui voli charter i tour operator si impegnano a inizio stagione ed acquistano (vuoto per pieno*) alcuni posti volo. Se sotto data alcuni posti rimangono invenduti il tour operator, per non perdere quanto versato, esce con le classiche offerte last minute. Se invece avesse esaurito i suoi posti può richiedere alla compagnia un'ulteriore disponibilità
- Sui voli di linea alcuni tour operator bloccano dei posti a una determinata tariffa (tariffa tour operator) se esauriscono i posti a questa tariffa devono fare richiesta alla compagnia aerea che darà la disponibilità di quel momento quindi con una tariffa probabilmente diversa da quella data inizialmente (questo comporta una maggiorazione sul prezzo)

*Il vuoto-pieno (vuoto per pieno) è una tipologia contrattuale che consiste nell'acquistare anticipatamente un numero determinato di camere (o altro contingente di servizi, es. posti in voli charter) per un periodo definito, a prescindere da quella che sarà l'effettiva occupazione, vendita, delle stesse.
L'albergatore (o altro fornitore) si obbliga a tenere a disposizione dell'impresa di viaggi – tour operator – un contingente di camere e quest'ultimo si impegna a versare un corrispettivo costituito da un prezzo forfettario.
In questa tipologia di contratto il vantaggio è reciproco per le parti: il tour operator riesce a guadagnare anche con ampi margini su ogni singola stanza; mentre l'albergatore, oltre ad avere un'entrata assicurata, ha la possibilità di vendere le camere non vendute.
Release: entrambi si vincolano reciprocamente e le obbligazioni rimangono ferme per tutto il periodo di efficacia dell'accordo.
L'impresa di viaggi si obbliga a corrispondere il prezzo della camere anche in caso di mancata vendita: è la formula base di lavoro per un Tour Operator.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Una volta ricevuta conferma di tutti i servizi che ti serviranno per completare la prenotazione avrai definito la pratica e manderai subito contratto di viaggio al cliente. Se ci fossero variazioni prima della partenza, rispetto al contratto iniziale stipulato dal cliente dovrai modificare i dati ed inviare un nuovo contratto che dovrà essere nuovamente firmato dal cliente.

Importantissimo è controllare minuziosamente tutte le conferme: estratto conto del tour operator, biglietteria aerea/navale/ferroviaria... conferme di hotel.... anche in questo caso, come per la biglietteria, passata la mezzanotte dalla prenotazione scattano le penali per variazioni o annullamenti quindi controlla bene quanto ti è arrivato. Tutti i dati devono essere corretti (nominativi, date di partenza e rientro, servizi extra prenotati, assicurazioni ecc...)

A questo punto se si è lontani dalla partenza ti ricorderai un mese prima della data di partenza di richiedere il saldo al cliente.
- E' carino in questo lasso di tempo non "abbandonare" il cliente ma , ogni tanto, possiamo farci sentire ed inviare qualche informazione utile per il suo viaggio, qualche articolo sulla destinazione che andrà a visitare.... per mantenere vivo nel cliente il desiderio della vacanza e per "coccolarlo" -

Se sei sotto data, e quindi il cliente avrà già effettuato il saldo della pratica, devi solo aspettare i documenti di viaggio che ti verranno inviati dal tour operator o che tu stesso preparerai se si tratta di un viaggio di " nostra organizzazione".

I documenti di viaggio.
Ovviamente in base ad ogni tipologia di viaggio corrisponderà la documentazione necessaria.

Solitamente questi sono i documenti principali:

-Biglietteria: biglietto aereo-navale-ferroviario
-Foglio Notizie: dove trovi un riassunto di tutti i servizi prenotati, l'orario di convocazione in aeroporto ed i numeri telefonici del corrispondente locale da contattare in caso di ogni eventuale necessità
-Voucher: per l'hotel-per i servizi extra o escursioni prenotate-per i trasferimenti aeroporto-porto-stazione/hotel se prenotati- per la consegna di visti in loco...
-Assicurazioni: copia dell'assicurazione medico bagaglio ed eventualmente annullamento viaggio stipulata in fase di prenotazione
-Foglio Informazioni Utili: un riassunto di quello che può essere necessario sapere sul Paese che si andrà a visitare: vaccinazioni e visti-tipologia di prese elettriche-come telefonare dall'estero, clima, eventuali tasse da pagare in loco, acquisti e souvenir particolari da acquistare in loco ecc...

Una volta consegnata la documentazione necessaria per il viaggio controllerai, il giorno antecedente la partenza, che tutto sia rimasto come indicato sui documenti, che non ci sia nessuna variazione ed

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

avviserai il cliente. Carino potrebbe essere inviare un sms augurando Buona Vacanza il giorno della partenza....oppure inviare un sms dopo un paio di giorni dall'arrivo del cliente a destinazione per chiedere come sta andando la vacanza.

Se durante la vacanza ci dovessero essere dei contrattempi la cosa migliore da fare è sempre dire al cliente di contattare il corrispondente che, essendo in loco, potrà aiutare più facilmente il cliente. Ovviamente potrà sempre contattare te ed è importante che capisca che tu comunque sei sempre presente. Anche se da qui non potrai fare molto devi esserci anche solo per contattare al suo posto il corrispondente o aiutarlo nella difficoltà...

Al loro rientro contatterai i clienti per avere un riscontro
Questo è importante per far sapere al cliente che ci sei e che ci tieni a sapere come ha passato le sue vacanze, è poi importante prendere qualche informazione aggiornata sulla destinazione per riproporla ad altri clienti, conoscere la sua opinione che potrebbe essere diversa dalla tua, ma comunque una opinione utile.

Chiedi ai clienti di scrivere una piccola recensione o postare qualche foto della loro vacanza sui tuoi social !

Non abbandonare il cliente, invitalo ad iscriversi alla tua news letter per rimanere informato su eventuali offerte, invia un sms di auguri il giorno del suo compleanno, cerca di mantenere vivo il rapporto !

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Parte R

IL CONTRATTO DI VIAGGIO

Dal 1° luglio 2018 il contratto di viaggio dev'essere stipualto in base alle nuove regole europee

È stato pubblicato in Gazzetta ufficiale il **Decreto Legislativo di Attuazione della direttiva (UE) 2015/2302 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 novembre 2015, relativa ai pacchetti turistici e ai servizi turistici collegati, che modifica il regolamento (CE) n. 2006/2004 e la direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio** e che abroga la direttiva 90/314/CEE del Consiglio.

Con la pubblicazione si conclude quindi definitivamente l'iter di approvazione del testo.

Si ringrazia FTO per aver messo a nostra le slides con tutti gli aggiornamenti

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

RIFERIMENTI PRATICA
Pratica n.
Operatore dell'agenzia
Pratica tour operator
Operatore del tour operator

PROPOSTA DI CONTRATTO DI PACCHETTO TURISTICO

fto Federazione Turismo Organizzato

Agenzia venditrice:

DENOMINAZIONE	
RAGIONE SOCIALE	
P.IVA	
INDIRIZZO	
TEL.	E-MAIL
LICENZA	POLIZZA RC
FONDO DI GARANZIA	

Il contraente di seguito indicato conferisce mandato con rappresentanza all'agenzia venditrice per l'acquisto di un pacchetto turistico organizzato da:

INDIRIZZO	
E-MAIL	TEL.

L'indirizzo, la mail ed il telefono dell'organizzatore sono comunque visualizzabili e reperibili sul catalogo e sito web dell'organizzatore, così come i recapiti del soggetto da esso incaricato della protezione in caso di insolvenza. L'organizzatore è responsabile dell'esatta esecuzione di tutti i servizi turistici inclusi nel contratto (art. 42 codice turismo) ed è tenuto a prestare assistenza qualora il viaggiatore si trovi in difficoltà (art. 45 codice turismo).
Prima della partenza l'organizzatore comunicherà al viaggiatore i recapiti e le modalità per consentirgli di comunicare rapidamente ed efficacemente con lo stesso o con i suoi rappresentanti locali, per chiedere assistenza o per rivolgere eventuali reclami relativi a difetti di conformità riscontrati durante l'esecuzione del pacchetto.

Contraente:

COGNOME E NOME	
NAZIONALITÀ	CODICE FISCALE
TIPO DI DOCUMENTO	NUMERO
DATA DI NASCITA	TELEFONO
CAP	CITTÀ
INDIRIZZO	
INDIRIZZO E-MAIL	

in nome e per conto proprio, oltre che in nome e per conto delle persone di seguito elencate:

COGNOME E NOME	
NAZIONALITÀ	
DATA E LUOGO DI NASCITA	

COGNOME E NOME	
NAZIONALITÀ	
DATA E LUOGO DI NASCITA	

COGNOME E NOME	
NAZIONALITÀ	
DATA E LUOGO DI NASCITA	

COGNOME E NOME	
NAZIONALITÀ	
DATA E LUOGO DI NASCITA	

Informazioni che consentano di stabilire un contatto con il minore o responsabile del minore nel luogo di soggiorno (solo se il pacchetto include l'alloggio e se il minore non è accompagnato da un genitore o altra persona autorizzata) _____

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Il contraente dichiara di aver già ricevuto, prima della compilazione della presente proposta, il MODULO INFORMATIVO STANDARD previsto dal codice del turismo allegato A per il presente **PACCHETTO TURISTICO** di cui una copia è allegata alla presente:

☐ **Catalogo** ..... Edizione ..... pag. .....

☐ **Programma fuori catalogo/su misura** .....

☐ **Sito web** .....

Denominazione Pacchetto .....

Destinazione .....

Dal ..... al ..... Totale notti .....

Partenza da ..... Ritorno a .....

VIAGGIATORI con □ mobilità ridotta che necessitano di assistenza specifica □ minori non accompagnati □ donne in gravidanza

Nomi: _____

Numero minimo di persone eventualmente richiesto per il pacchetto _____ e termine per l'eventuale risoluzione del contratto per mancato raggiungimento del numero minimo _____

	Prezzo a persona	N°	Prezzo
Quota adulti			
Altro			
Prezzo complessivo			
Quota bambini			
Altro			
Prezzo complessivo			
	Prezzo unitario	**N°**	**Totale**
Quota iscrizione adulto			
Quota iscrizione bambino			
Prezzo complessivo			

ULTERIORI SERVIZI RICHIESTI:
Necessità o richieste particolari del contraente da comunicare all'organizzatore

_____
_____
_____
_____

Le condizioni sopra indicate si considerano vincolanti a seguito di espressa accettazione da parte dell'organizzatore comunicata su supporto informatico all'Agenzia venditrice

Segnalazioni non vincolanti (servizi o richieste non confermabili o garantibili prima della partenza; i viaggiatori dovranno verificare la disponibilità direttamente in loco)

_____
_____
_____
_____

ALTRO

_____
_____

I Acconto
versato il
II Acconto
da versare il
Saldo
da versare il

L'agenzia venditrice ha proposto la stipula di polizze assicurative facoltative, non incluse nel prezzo, quali ad es. assicurazioni che coprono le spese di recesso unilaterale del viaggiatore per circostanze soggettive, sopravvenute e non imputabili e per circostanze oggettive non legittimanti il recesso senza penale e spese d'assistenza, compreso il rientro in caso di malattia infortunio o decesso :

□ Non accettate

□ Stipulata polizza _____ Tra viaggiatori e compagnia _____

□ consegnato relativo materiale informativo e polizza ritenuta adeguata dal contraente

DOCUMENTI NECESSARI E FORMALITÀ SANITARIE

(per cittadini italiani) _____

(per cittadini stranieri) _____

Al contraente sono state fornite informazioni di carattere generale concernenti le condizioni in materia di passaporti, visti e formalità sanitarie che i viaggiatori provvederanno a controllare presso le proprie ambasciate / consolati

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

La presente PROPOSTA CONTRATTUALE deve intendersi **IRREVOCABILE** per un periodo di sette giorni, salvo se diversamente pattuito con il cliente ossia ___ giorni. Contestualmente alla sottoscrizione del presente documento, il contraente si impegna a versare una somma a titolo di caparra confirmatoria nella misura indicata dall'organizzatore. In caso di richiesta di servizi che comportano il pagamento immediato (quale biglietteria aerea soggetta a time limit o servizi non rimborsabili per policy del fornitore degli stessi), le somme per procedersi all'acquisto di tali servizi potranno essere richieste in via immediata. **Il contratto si intende perfezionato nel momento in cui l'organizzatore conferma la presente proposta all'agenzia venditrice**; le somme già versate dal contraente a titolo di caparra, verranno quindi imputate in conto prezzo. A seguito dell'avvenuta conferma di prenotazione da parte dell'organizzatore al contraente presso l'agenzia venditrice e per mantenere l'efficacia del contratto concluso con l'organizzatore, essa è tenuta a rimettere tutte le somme ricevute in occasione del mandato all'organizzatore.
L'agenzia venditrice non è considerata responsabile per difetti di conformità relativi al pacchetto e risponde nei confronti dei viaggiatori in base alle regole del mandato.

°°°

Il contraente dichiara, anche in nome e per conto degli altri viaggiatori:
- di aver ricevuto copia del catalogo dell'organizzatore o, laddove mancante, della descrizione dei servizi e del programma di viaggio, con le relative condizioni;
- di aver letto il presente contratto e le condizioni generali di contratto applicate dall'organizzatore che formano parte integrante dello stesso tra cui, in particolare le spese di recesso, la scheda tecnica e gli obblighi previsti in capo al turista.
- di essere consapevole di poter recedere dal contratto in qualsiasi momento prima dell'inizio del pacchetto dietro pagamento delle spese di recesso applicate dall'organizzatore. In caso di pacchetto su misura il contraente dovrà rimborsare all'organizzatore tutte le spese sostenute per l'espletamento dell'incarico (es. voli non rimborsabili, penalità applicate dalle strutture alberghiere) oltre quanto indicato in contratto quale liquidazione del danno alla parte contraente pronta all'adempimento;
- di aver letto le condizioni di assicurazione, tra cui le franchigie, le esclusioni, le modalità e le tempistiche per aprire un sinistro e di essere stato informato che l'apertura del sinistro, l'invio dei documenti alla compagnia assicuratrice e la gestione del sinistro sono onere del viaggiatore;
- di essere stato informato sui documenti necessari per effettuare il viaggio (inclusi eventuali minorenni o stranieri);
- di essere informato sulla situazione sanitaria e socio-politica dello Stato ove avrà luogo il viaggio o la vacanza e dell'opportunità di verificare prima della partenza le indicazioni ufficiali di carattere generale fornite dal Ministero degli Esteri tramite il sito www.viaggiaresicuri.it o la Centrale Operativa Telefonica al numero 06 491115 e sul sito dell'OMS tramite il sito www.who.int.
- di essere stato informato della possibilità di cedere il contratto ad altro viaggiatore entro il termine massimo di sette giorni prima della partenza e che ogni difetto di conformità o reclamo DEVE essere comunicato dal viaggiatore SENZA RITARDO (direttamente all'organizzatore o tramite l'agenzia venditrice)

Se il contraente non è anche un partecipante al viaggio, egli si impegna a comunicare quanto sopra, nonché le condizioni applicabili al viaggio, a tutti i partecipanti allo stesso.

Se la presente proposta contrattuale è stipulata alla presenza delle parti in agenzia verrà consegnata una copia al contraente. Se è stipulata a distanza gli verrà fornita una copia su supporto durevole (es. mail). Se è stipulata fuori dai locali commerciali il contraente acconsente che la copia o una conferma gli venga fornita su supporto durevole (es. mail); in tutte le predette ipotesi le parti non potranno contestare la mancata conoscenza delle informazioni scambiate

In caso di contratto concluso fuori dai locali commerciali il viaggiatore può recedere entro cinque giorni senza penali e senza fornire motivazioni. Tale diritto è escluso in caso di offerte speciali con tariffe diminuite rispetto a quelle correnti (art. 41 c.7 codice turismo), nonché per i contratti a distanza ai sensi dell'art. 47 c.1 lett.g) codice consumo.

Luogo e data _____

Firma del proponente
(per i minorenni è necessaria la firma dei genitori)

Firma e timbro agenzia venditrice

_____ _____

Trattamento dei dati personali – Informativa ai viaggiatori sul trattamento dei dati personali ai sensi delle disposizioni legislative in vigore:
Si informano i signori viaggiatori che i loro dati personali, il cui conferimento è necessario per permettere la conclusione e l'esecuzione del contratto di viaggio, saranno trattati in forma manuale e/o elettronica nel rispetto della normativa vigente. L'eventuale rifiuto comporterà l'impossibilità di perfezionamento e conseguente esecuzione del contratto.
Titolari dei trattamenti sono l'Agenzia venditrice e l'Organizzatore, ciascuno per le proprie responsabilità, come per legge, essendo l'Organizzatore e l'Intermediario differenti ed autonome figure giuridiche con differenti ed autonomi obblighi negoziali. L'esercizio dei diritti previsti dalla normativa vigente – a titolo esemplificativo: diritto di richiedere l'accesso ai dati personali , la rettifica o la cancellazione degli stessi o la limitazione del trattamento che lo riguardano o di opporsi al loro trattamento, oltre al diritto alla portabilità dei dati; il diritto di proporre reclamo a un'autorità di controllo – dovranno pertanto essere esercitati separatamente sia verso il venditore\intermediario, sia verso l'organizzatore, i quali procederanno ciascuno per quanto di propria competenza. In ogni caso si porta a conoscenza dei viaggiatori indicati nella presente proposta che i loro dati personali potranno essere comunicati a:
- soggetti cui l'accesso ai dati sia riconosciuto da disposizioni di legge, di regolamento o di normativa comunitaria;
- Paesi esteri per i quali esiste una decisione di Adeguatezza da parte della Commissione Europea ex art. 45 e/o garanzie adeguate ex art. 46 UE 2016/679,m quali specificamente: - Andorra; - Argentina; - Australia – PNR; - Canada; - FaerOer; - Guernsey; - Isola di Man - Israele; - Jersey; - Nuova Zelanda; - Svizzera; - Uruguay.
- Compagnie Assicuratrici e soggetti terzi, anche in paesi extra UE, per l'espletamento della prenotazione del viaggio (alberghi, compagnie aeree, area Operativo Vendite, Back office, Contrattazione Voli Charter e Linea Distribuzione, Assistenza, Amministrazione).
- Responsabili esterni e i soggetti autorizzati del trattamento preposti alla gestione della pratica viaggio regolarmente incaricati e formati sul Trattamento dei dati personali.
- Per i viaggi verso Paesi extra UE e al di fuori di quelli sopra indicati per i quali non sussiste una decisione di Adeguatezza da parte della Commissione Europea ex art. 45 e/o art. 46 del Reg. UE 2016/679, si rende noto che i viaggiatori non potranno esercitare i diritti per come previsti dal Regolamento né verso il Titolare o i Titolari del Trattamento, né direttamente verso i terzi (quali a titolo esemplificativo: alberga-tori, vettori locali, compagnie assicurative locali, istituti di cura pubblici o privati ecc.) poiché tale obbligo di trattamento e\o conservazione dei dati secondo gli standard dell'Unione Europea non è previsto dalle leggi del Paese ospitante; ciononostante, ove la destinazione prescelta sia verso tali Paesi, con la sottoscrizione della presente proposta, manifestano espressamente il loro consenso all'invio dei dati verso gli stessi, pur consapevoli dell'impossibilità di esercitare i diritti previsti dalla normativa europea.
Con la sottoscrizione della presente proposta, il viaggiatore dà quindi per conosciuto ed accettato tale mancato riconoscimento di adeguatezza da parte della Commissione Europea degli standard di trattamento dei dati personali nei Paesi meta della vacanza e ciononostante richiede la prenotazione ed esecuzione del viaggio.
Per ogni più ampia informazione sul trattamento dei dati da parte del Tour Operator e sull'esercizio dei diritti dei viaggiatori, si rimanda si rimanda a quanto pubblicato nel sito del Tour Operator nella sezione privacy
Per ogni più ampia informazione sul trattamento dei dati da parte dell'Agente di Viaggio intermediario e sull'esercizio dei diritti dei viaggiatori si rimanda a .....
In caso di mancata accettazione da parte dell'Organizzatore della presente proposta di compravendita di pacchetto\servizio turistico, i dati personali quivi contenuti saranno cancellati, a meno che non si autorizzi il trattamento per fini commerciali, quali ricezioni di offerte commerciali (ecc... specifichiamo..) con manifestazione espressa del consenso o del diniego, contrassegnando l'apposita casella.

Io Sottoscritto .....

Acconsento al trattamento dei dati personali e dei dati sensibili
☐

Acconsento al trattamento dei dati personali per finalità di marketing
☐

Io Sottoscritto .....

Acconsento al trattamento dei dati personali e dei dati sensibili
☐

Acconsento al trattamento dei dati personali per finalità di marketing
☐

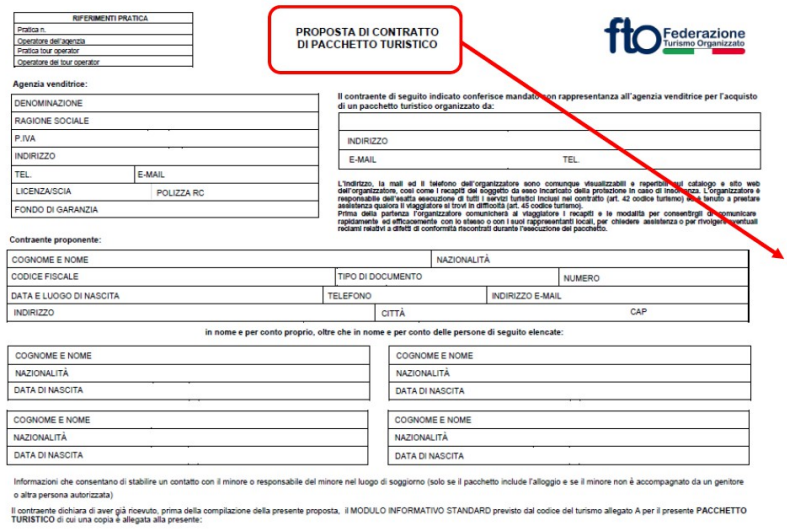
Seguono condizioni generali di contratto e Modulo informativo standard

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

@Copyright All rights reserved

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

@Copyright All rights reserved



PROPOSTA DI CONTRATTO DI PACCHETTO TURISTICO

RIFERIMENTI PRATICA
Pratica n.
Operatore dell'agenzia
Pratica tour operator
Operatore del tour operator

Agenzia venditrice:
DENOMINAZIONE
RAGIONE SOCIALE
P.IVA
INDIRIZZO
TEL. E-MAIL
LICENZA/SCIA POLIZZA RC
FONDO DI GARANZIA

Il contraente di seguito indicato conferisce mandato con rappresentanza all'agenzia venditrice per l'acquisto di un pacchetto turistico organizzato da:
INDIRIZZO
E-MAIL TEL.

L'indirizzo, la mail ed il telefono dell'organizzatore sono comunque visualizzabili e repertoriati sul catalogo e sito web dell'organizzatore, così come i recapiti del soggetto da esso incaricato della protezione in caso di insolvenza. L'organizzatore è responsabile dell'esatta esecuzione di tutti i servizi turistici inclusi nel contratto (art. 42 codice turismo) ed è tenuto a prestare assistenza qualora il viaggiatore si trovi in difficoltà (art. 45 codice turismo).
Prima della partenza l'organizzatore comunicherà al viaggiatore i recapiti e le modalità per consentirgli di comunicare rapidamente ed efficacemente con lo stesso o con i suoi rappresentanti locali, per chiedere assistenza o per rivolgere eventuali reclami relativi a difetti di conformità riscontrati durante l'esecuzione del pacchetto.

Contraente proponente:
COGNOME E NOME NAZIONALITÀ
CODICE FISCALE TIPO DI DOCUMENTO NUMERO
DATA E LUOGO DI NASCITA TELEFONO INDIRIZZO E-MAIL
INDIRIZZO CITTÀ CAP

in nome e per conto proprio, oltre che in nome e per conto delle persone di seguito elencate:
COGNOME E NOME
NAZIONALITÀ
DATA DI NASCITA
COGNOME E NOME
NAZIONALITÀ
DATA DI NASCITA
COGNOME E NOME
NAZIONALITÀ
DATA DI NASCITA
COGNOME E NOME
NAZIONALITÀ
DATA DI NASCITA

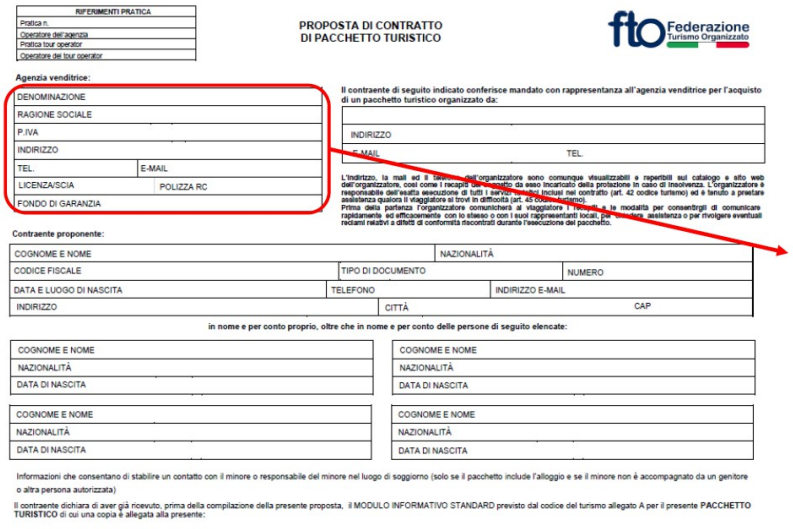
Informazioni che consentano di stabilire un contatto con il minore o responsabile del minore nel luogo di soggiorno (solo se il pacchetto include l'alloggio e se il minore non è accompagnato da un genitore o altra persona autorizzata)

Il contraente dichiara di aver già ricevuto, prima della compilazione della presente proposta, il MODULO INFORMATIVO STANDARD previsto dal codice del turismo allegato A per il presente **PACCHETTO TURISTICO** di cui una copia è allegata alla presente:

Modulo contrattuale

Proposta di contratto

Solo proposta contrattuale.
Il contratto è concluso quando arriva l'EC del TO



PROPOSTA DI CONTRATTO DI PACCHETTO TURISTICO

RIFERIMENTI PRATICA
Pratica n.
Operatore dell'agenzia
Pratica tour operator
Operatore del tour operator

Agenzia venditrice:
DENOMINAZIONE
RAGIONE SOCIALE
P.IVA
INDIRIZZO
TEL. E-MAIL
LICENZA/SCIA POLIZZA RC
FONDO DI GARANZIA

Il contraente di seguito indicato conferisce mandato con rappresentanza all'agenzia venditrice per l'acquisto di un pacchetto turistico organizzato da:
INDIRIZZO
E-MAIL TEL.

Contraente proponente:
COGNOME E NOME NAZIONALITÀ
CODICE FISCALE TIPO DI DOCUMENTO NUMERO
DATA E LUOGO DI NASCITA TELEFONO INDIRIZZO E-MAIL
INDIRIZZO CITTÀ CAP

in nome e per conto proprio, oltre che in nome e per conto delle persone di seguito elencate:
COGNOME E NOME
NAZIONALITÀ
DATA DI NASCITA
COGNOME E NOME
NAZIONALITÀ
DATA DI NASCITA
COGNOME E NOME
NAZIONALITÀ
DATA DI NASCITA
COGNOME E NOME
NAZIONALITÀ
DATA DI NASCITA

Informazioni che consentano di stabilire un contatto con il minore o responsabile del minore nel luogo di soggiorno (solo se il pacchetto include l'alloggio e se il minore non è accompagnato da un genitore o altra persona autorizzata)

Il contraente dichiara di aver già ricevuto, prima della compilazione della presente proposta, il MODULO INFORMATIVO STANDARD previsto dal codice del turismo allegato A per il presente **PACCHETTO TURISTICO** di cui una copia è allegata alla presente:

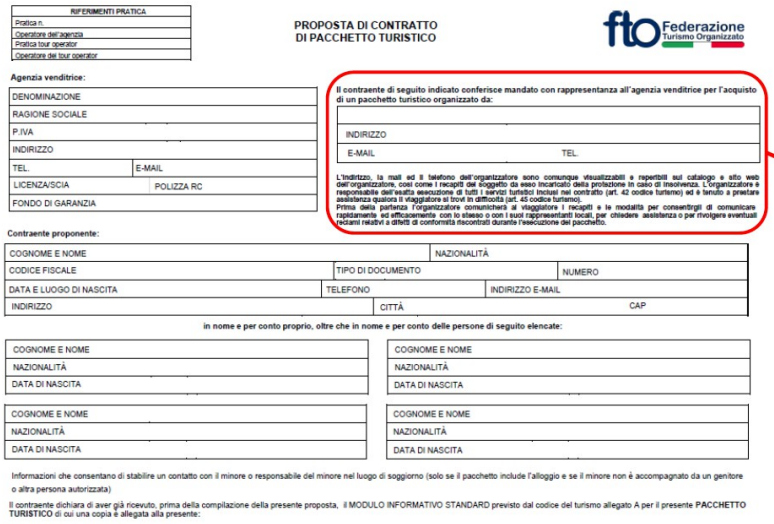
Modulo contrattuale

Dati agenzia

Licenza/Scia
Polizza RC
Fondo di Garanzia

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

@Copyright All rights reserved



RIFERIMENTI PRATICA
Pratica n.
Operatore dell'agenzia
Pratica tour operator
Operatore del tour operator

PROPOSTA DI CONTRATTO
DI PACCHETTO TURISTICO

fto Federazione Turismo Organizzato

Agenzia venditrice:

DENOMINAZIONE
RAGIONE SOCIALE
P.IVA
INDIRIZZO
TEL. / E-MAIL
LICENZA/SCIA / POLIZZA RC
FONDO DI GARANZIA

Il contraente di seguito indicato conferisce mandato con rappresentanza all'agenzia venditrice per l'acquisto di un pacchetto turistico organizzato da:

INDIRIZZO
E-MAIL / TEL.

L'indirizzo, la mail ed il telefono dell'organizzatore sono comunque visualizzabili e reperibili sul catalogo e sito web dell'organizzatore, così come i recapiti del soggetto da esso incaricato della protezione in caso di insolvenza. L'organizzatore è responsabile dell'esatta esecuzione di tutti i servizi turistici inclusi nel contratto (art. 42 codice turismo) ed è tenuto a prestare assistenza qualora il viaggiatore si trovi in difficoltà (art. 45 codice turismo).
Prima della partenza l'organizzatore comunicherà al viaggiatore i recapiti e le modalità per consentirgli di comunicare rapidamente ed efficacemente con lo stesso o con i suoi rappresentanti locali, per chiedere assistenza o per rivolgere eventuali reclami relativi a difetti di conformità riscontrati durante l'esecuzione del pacchetto.

Contraente proponente:

COGNOME E NOME		NAZIONALITÀ
CODICE FISCALE	TIPO DI DOCUMENTO	NUMERO
DATA E LUOGO DI NASCITA	TELEFONO	INDIRIZZO E-MAIL
INDIRIZZO	CITTÀ	CAP

in nome e per conto proprio, oltre che in nome e per conto delle persone di seguito elencate:

COGNOME E NOME	COGNOME E NOME
NAZIONALITÀ	NAZIONALITÀ
DATA DI NASCITA	DATA DI NASCITA
COGNOME E NOME	COGNOME E NOME
NAZIONALITÀ	NAZIONALITÀ
DATA DI NASCITA	DATA DI NASCITA

Informazioni che consentano di stabilire un contatto con il minore o responsabile del minore nel luogo di soggiorno (solo se il pacchetto include l'alloggio e se il minore non è accompagnato da un genitore o altra persona autorizzata)

Il contraente dichiara di aver già ricevuto, prima della compilazione della presente proposta, il MODULO INFORMATIVO STANDARD previsto dal codice del turismo allegato A per il presente **PACCHETTO TURISTICO** di cui una copia è allegata alla presente:

Modulo contrattuale

Dati organizzatore

Responsabilità dell'organizzatore

fto Federazione Turismo Organizzato

Contratto di viaggio FTO Le ultime modifiche

Responsabilità dell'organizzatore

Il contraente di seguito indicato conferisce mandato con rappresentanza all'agenzia venditrice per l'acquisto di un pacchetto turistico organizzato da:

INDIRIZZO
E-MAIL TEL.

L'indirizzo, la mail ed il telefono dell'organizzatore sono comunque visualizzabili e reperibili sul catalogo e sito web dell'organizzatore, così come i recapiti del soggetto da esso incaricato della protezione in caso di insolvenza. L'organizzatore è responsabile dell'esatta esecuzione di tutti i servizi turistici inclusi nel contratto (art. 42 codice turismo) ed è tenuto a prestare assistenza qualora il viaggiatore si trovi in difficoltà (art. 45 codice turismo).
Prima della partenza l'organizzatore comunicherà al viaggiatore i recapiti e le modalità per consentirgli di comunicare rapidamente ed efficacemente con lo stesso o con i suoi rappresentanti locali, per chiedere assistenza o per rivolgere eventuali reclami relativi a difetti di conformità riscontrati durante l'esecuzione del pacchetto.

Verificare che sul catalogo/sito del TO sia indicata l'**assicurazione** o **il fondo di garanzia**, se non presente richiederla al TO

fto Federazione Turismo Organizzato

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

@Copyright All rights reserved

Il contraente di seguito indicato conferisce mandato con rappresentanza all'agenzia venditrice per l'acquisto di un pacchetto turistico organizzato da:

INDIRIZZO
E-MAIL TEL.

L'indirizzo, la mail ed il telefono dell'organizzatore sono comunque visualizzabili e reperibili sul catalogo e sito web dell'organizzatore, così come i recapiti del soggetto da esso incaricato della protezione in caso di insolvenza. L'organizzatore è responsabile dell'esatta esecuzione di tutti i servizi turistici inclusi nel contratto (art. 42 codice turismo) ed è tenuto a prestare assistenza qualora il viaggiatore si trovi in difficoltà (art. 45 codice turismo).

Prima della partenza l'organizzatore comunicherà al viaggiatore i recapiti e le modalità per consentirgli di comunicare rapidamente ed efficacemente con lo stesso o con i suoi rappresentanti locali, per chiedere assistenza o per rivolgere eventuali reclami relativi a difetti di conformità riscontrati durante l'esecuzione del pacchetto.

L'organizzatore deve poter dare **tempestiva assistenza ai clienti**: può farlo direttamente o tramite assistenti/agenzie locali. Vanno comunicati i numeri che il cliente può usare in caso di necessità

fto Federazione Turismo Organizzato

Il contraente

RIFERIMENTI PRATICA

Pratica n.
Operatore dell'agenzia
Pratica tour operator
Operatore del tour operator

PROPOSTA DI CONTRATTO DI PACCHETTO TURISTICO

fto Federazione Turismo Organizzato

Agenzia venditrice:

DENOMINAZIONE	
RAGIONE SOCIALE	
P.IVA	
INDIRIZZO	
TEL.	E-MAIL
LICENZA	POLIZZA RC
FONDO DI GARANZIA	

Il contraente di seguito indicato conferisce mandato con rappresentanza all'agenzia venditrice per l'acquisto di un pacchetto turistico organizzato da:

INDIRIZZO	
E-MAIL	TEL.

L'indirizzo, la mail ed il telefono dell'organizzatore sono comunque visualizzabili e reperibili sul catalogo e sito web dell'organizzatore, così come i recapiti del soggetto da esso incaricato della protezione in caso di insolvenza. L'organizzatore è responsabile dell'esatta esecuzione di tutti i servizi turistici inclusi nel contratto (art. 42 codice turismo) ed è tenuto a prestare assistenza qualora il viaggiatore si trovi in difficoltà (art. 45 codice turismo).
Prima della partenza l'organizzatore comunicherà al viaggiatore i recapiti e le modalità per consentirgli di comunicare rapidamente ed efficacemente con lo stesso o con i suoi rappresentanti locali, per chiedere assistenza o per rivolgere eventuali reclami relativi a difetti di conformità riscontrati durante l'esecuzione del pacchetto.

Contraente:

COGNOME E NOME	
NAZIONALITÀ	CODICE FISCALE
TIPO DI DOCUMENTO	NUMERO
DATA DI NASCITA	TELEFONO
CAP	CITTÀ
INDIRIZZO	
INDIRIZZO E-MAIL	

COGNOME E NOME	COGNOME E NOME
NAZIONALITÀ	NAZIONALITÀ

È il responsabile del pagamento

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Contraente:

COGNOME E NOME	
NAZIONALITÀ	CODICE FISCALE
TIPO DI DOCUMENTO	NUMERO
DATA DI NASCITA	TELEFONO
CAP	CITTÀ
INDIRIZZO	
INDIRIZZO E-MAIL	

in nome e per conto proprio, oltre che in nome e per conto delle persone di seguito elencate:

COGNOME E NOME	COGNOME E NOME
NAZIONALITÀ	NAZIONALITÀ
DATA E LUOGO DI NASCITA	DATA E LUOGO DI NASCITA
COGNOME E NOME	COGNOME E NOME
NAZIONALITÀ	NAZIONALITÀ
DATA E LUOGO DI NASCITA	DATA E LUOGO DI NASCITA

Informazioni che consentano di stabilire un contatto con il minore o responsabile del minore nel luogo di soggiorno (solo se il pacchetto include l'alloggio e se il minore non è accompagnato da un genitore o altra persona autorizzata) _____

Il contraente dichiara di aver già ricevuto, prima della compilazione della presente proposta, il MODULO INFORMATIVO STANDARD previsto dal codice del turismo allegato A per il presente **PACCHETTO TURISTICO** di cui una copia è allegata alla presente:

Necessaria l'indicazione se tra i partecipanti c'è un minore di anni 18 che non viaggia con i genitori e se il pacchetto include pernottamento

fto Federazione Turismo Organizzato

Contraente:

COGNOME E NOME	
NAZIONALITÀ	CODICE FISCALE
TIPO DI DOCUMENTO	NUMERO
DATA DI NASCITA	TELEFONO
CAP	CITTÀ
INDIRIZZO	
INDIRIZZO E-MAIL	

in nome e per conto proprio, oltre che in nome e per conto delle persone di seguito elencate:

COGNOME E NOME	COGNOME E NOME
NAZIONALITÀ	NAZIONALITÀ
DATA E LUOGO DI NASCITA	DATA E LUOGO DI NASCITA
COGNOME E NOME	COGNOME E NOME
NAZIONALITÀ	NAZIONALITÀ
DATA E LUOGO DI NASCITA	DATA E LUOGO DI NASCITA

Informazioni che consentano di stabilire un contatto con il minore o responsabile del minore nel luogo di soggiorno (solo se il pacchetto include l'alloggio e se il minore non è accompagnato da un genitore o altra persona autorizzata) _____

Il contraente dichiara di aver già ricevuto, prima della compilazione della presente proposta, il MODULO INFORMATIVO STANDARD previsto dal codice del turismo allegato A per il presente **PACCHETTO TURISTICO** di cui una copia è allegata alla presente:

IMPORTANTE NOVITÀ. Prima della firma del contratto e quindi della prenotazione l'agenzia **deve dare al contraente** questo modulo, il cui contenuto è stabilito dal codice del turismo

fto Federazione Turismo Organizzato

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

@Copyright All rights reserved

Moduli informativi standard

Allegato A

Parte I

Modulo informativo standard per contratti di pacchetto turistico ove sia possibile l'uso di collegamenti ipertestuali (hyperlink)

Allegato A

Parte II

Modulo informativo standard per contratti di pacchetto turistico in situazioni diverse da quelle di cui alla parte I

Allegato A

Parte III

Modulo informativo standard qualora l'organizzatore trasmetta dati a un altro professionista ai sensi dell'articolo 33, comma 1, lettera *b)* , punto 2.4)

Allegato A

Parte II

Modulo informativo standard per contratti di pacchetto turistico in situazioni diverse da quelle di cui alla parte I

La combinazione di servizi turistici che vi viene proposta è un pacchetto ai sensi della direttiva (UE) 2015/2302. Pertanto, beneficerete di tutti i diritti dell'UE che si applicano ai pacchetti. La società XY/le società XY sarà/saranno pienamente responsabile/responsabili della corretta esecuzione del pacchetto nel suo insieme. Inoltre,
come previsto dalla legge, la società XY/le società XY dispone/dispongono di una protezione per rimborsare i vostri pagamenti e, se il trasporto è incluso nel pacchetto, garantire il vostro rimpatrio nel caso in cui diventi/diventino insolventi.
Diritti fondamentali ai sensi della direttiva (UE) 2015/2302
1. I viaggiatori riceveranno tutte le informazioni essenziali sul pacchetto prima della conclusione del contratto
di pacchetto turistico.
2. Vi è sempre almeno un professionista responsabile della corretta esecuzione di tutti i servizi turistici inclusi
nel contratto.
3. Ai viaggiatori viene comunicato un numero telefonico di emergenza o i dati di un punto di contatto
attraverso cui raggiungere l'organizzatore o l'agente di viaggio.
4. I viaggiatori possono trasferire il pacchetto a un'altra persona, previo ragionevole preavviso ed eventualmente dietro costi aggiuntivi.
5. Il prezzo del pacchetto può essere aumentato solo se aumentano i costi specifici (per esempio, i prezzi del carburante) e se espressamente previsto nel contratto, e comunque non oltre 20 giorni dall'inizio del pacchetto. Se l'aumento del prezzo è superiore all'8% del prezzo del pacchetto il viaggiatore può risolvere il contratto. Se l'organizzatore si riserva il diritto di aumentare il prezzo, il viaggiatore ha diritto a una riduzione di prezzo se vi è una diminuzione dei costi pertinenti.
6. I viaggiatori possono risolvere il contratto senza corrispondere spese di risoluzione e ottenere il rimborso integrale dei pagamenti se uno qualsiasi degli elementi modo sostanziale. Se, prima dell'inizio del pacchetto, il professionista responsabile del pacchetto annulla lo stesso, i viaggiatori hanno la facoltà di ottenere il rimborso e, se del caso, un indennizzo.
7. I viaggiatori possono, in circostanze eccezionali, risolvere il contratto senza corrispondere spese di risoluzione prima dell'inizio del pacchetto, ad esempio se sussistono seri problemi di sicurezza nel luogo di destinazione che possono pregiudicare il pacchetto. — Inoltre, i viaggiatori possono in qualunque momento, prima dell'inizio del pacchetto, risolvere il contratto dietro pagamento di adeguate e giustificabili spese di risoluzione.
8. Se, dopo l'inizio del pacchetto, elementi sostanziali dello stesso non possono essere forniti secondo quanto pattuito, dovranno essere offerte al viaggiatore idonee soluzioni alternative, senza supplemento di prezzo. I viaggiatori possono risolvere il contratto, senza corrispondere spese di risoluzione, qualora i servizi non siano eseguiti secondo quanto pattuito e questo incida in misura significativa sull'esecuzione del pacchetto e l'organizzatore non abbia posto rimedio al problema.
9. I viaggiatori hanno altresì diritto a una riduzione di prezzo e/o al risarcimento per danni in caso di mancata
o non conforme esecuzione dei servizi turistici.
10. L'organizzatore è tenuto a prestare assistenza qualora il viaggiatore si trovi in difficoltà. — Se l'organizzatore
o, in alcuni Stati membri, il venditore diventa insolvente, i pagamenti saranno rimborsati. Se l'organizzatore o, se del caso, il venditore diventa insolvente dopo l'inizio del pacchetto e se nello stesso è incluso il trasporto, il rimpatrio dei viaggiatori è garantito. XY ha sottoscritto una protezione in caso d'insolvenza con YZ [l'entità responsabile della protezione in caso d'insolvenza, per esempio un fondo di garanzia o una compagnia di assicurazioni o, se del caso, l'autorità competente]. I viaggiatori possono contattare tale entità o, se del caso, l'autorità competente (informazioni di contatto, tra cui nome, indirizzo geografico, email e numero di telefono) qualora i servizi siano negati causa insolvenza di XY.

[Sito web in cui è reperibile la direttiva (UE) 2015/2302, recepita nella legislazione nazionale.].

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

@Copyright All rights reserved

Riferimenti

Il contraente dichiara di aver già ricevuto, prima della compilazione della presente proposta, il MODULO INFORMATIVO STANDARD previsto dal codice del turismo allegato A per il presente **PACCHETTO TURISTICO** di cui una copia è allegata alla presente:

☐ **Catalogo** ..... Edizione ..... pag. .....
☐ **Programma fuori catalogo/su misura** .....
☐ **Sito web** .....

Denominazione Pacchetto .....
Destinazione .....
Dal ..... al ..... Totale notti .....
Partenza da ..... Ritorno a .....

VIAGGIATORI con □ mobilità ridotta che necessitano di assistenza specifica □ minori non accompagnati □ donne in gravidanza
Nomi: _____
Numero minimo di persone eventualmente richiesto per il pacchetto _____ e termine per l'eventuale risoluzione del contratto per mancato raggiungimento del numero minimo _____

	Prezzo a persona	N°	Prezzo
Quota adulti			
Altro			
	Prezzo complessivo		
Quota bambini			
Altro			
	Prezzo complessivo		
	Prezzo unitario	**N°**	**Totale**
Quota iscrizione adulto			
Quota iscrizione bambino			
	Prezzo complessivo		

ULTERIORI SERVIZI RICHIESTI:
Necessità o richieste particolari del contraente da comunicare all'organizzatore
_____
_____
_____

Le condizioni sopra indicate si considerano vincolanti a seguito di espresso accettazione da parte dell'organizzatore comunicata su supporto informatico all'Agenzia venditrice

Segnalazione non vincolanti (servizi o richieste non confermabili e garantibili prima della partenza; i viaggiatori dovranno verificare la disponibilità direttamente in loco)
_____
_____
_____
_____

ALTRO
_____
_____

I Acconto	
versato il	
II Acconto	
da versare il	
Saldo	
da versare il	

L'agenzia venditrice ha proposto la stipula di polizze assicurative facoltative, non incluse nel prezzo, quali ad es. assicurazioni che coprono le spese di recesso unilaterale del viaggiatore per circostanze soggettive, sopravvenute e non imputabili e per circostanze oggettive non legittimanti il recesso senza penale e spese d'assistenza, compreso il rientro in caso di malattia infortunio o decesso :
□ Non accettate

□ Stipulata polizza _____ Tra viaggiatori e compagnia _____
□ consegnato relativo materiale informativo e polizza ritenuta adeguata dal contraente

DOCUMENTI NECESSARI E FORMALITÀ SANITARIE
(per cittadini italiani) _____
(per cittadini stranieri) _____
Al contraente sono state fornite informazioni di carattere generale concernenti le condizioni in materia di passaporti, visti e formalità sanitarie che i viaggiatori provvederanno a controllare presso le proprie ambasciate / consolati

Importante ricordarsi di fare riferimento al **catalogo** o **sito** o **programma** in quanto contengono tutta una serie di informazioni che fanno parte del contratto e che devono quindi essere richiamati

fto Federazione Turismo Organizzato

Il contraente dichiara di aver già ricevuto, prima della compilazione della presente proposta, il MODULO INFORMATIVO STANDARD previsto dal codice del turismo allegato A per il presente **PACCHETTO TURISTICO** di cui una copia è allegata alla presente:

☐ **Catalogo** ..... Edizione ..... pag. .....
☐ **Programma fuori catalogo/su misura** .....
☐ **Sito web** .....

Denominazione Pacchetto .....
Destinazione .....
Dal ..... al ..... Totale notti .....
Partenza da ..... Ritorno a .....

VIAGGIATORI con □ mobilità ridotta che necessitano di assistenza specifica □ minori non accompagnati □ donne in gravidanza
Nomi: _____
Numero minimo di persone eventualmente richiesto per il pacchetto _____ e termine per l'eventuale risoluzione del contratto per mancato raggiungimento del numero minimo _____

	Prezzo a persona	N°	Prezzo
Quota adulti			
Altro			
	Prezzo complessivo		
Quota bambini			
Altro			
	Prezzo complessivo		
	Prezzo unitario	**N°**	**Totale**
Quota iscrizione adulto			
Quota iscrizione bambino			
	Prezzo complessivo		

ULTERIORI SERVIZI RICHIESTI:
Necessità o richieste particolari del contraente da comunicare all'organizzatore
_____
_____
_____

Le condizioni sopra indicate si considerano vincolanti a seguito di espresso accettazione da parte dell'organizzatore comunicata su supporto informatico all'Agenzia venditrice

Segnalazione non vincolanti (servizi o richieste non confermabili e garantibili prima della partenza; i viaggiatori dovranno verificare la disponibilità direttamente in loco)
_____
_____
_____
_____

ALTRO
_____
_____

I Acconto	
versato il	
II Acconto	
da versare il	
Saldo	
da versare il	

L'agenzia venditrice ha proposto la stipula di polizze assicurative facoltative, non incluse nel prezzo, quali ad es. assicurazioni che coprono le spese di recesso unilaterale del viaggiatore per circostanze soggettive, sopravvenute e non imputabili e per circostanze oggettive non legittimanti il recesso senza penale e spese d'assistenza, compreso il rientro in caso di malattia infortunio o decesso :
□ Non accettate

□ Stipulata polizza _____ Tra viaggiatori e compagnia _____
□ consegnato relativo materiale informativo e polizza ritenuta adeguata dal contraente

DOCUMENTI NECESSARI E FORMALITÀ SANITARIE
(per cittadini italiani) _____
(per cittadini stranieri) _____
Al contraente sono state fornite informazioni di carattere generale concernenti le condizioni in materia di passaporti, visti e formalità sanitarie che i viaggiatori provvederanno a controllare presso le proprie ambasciate / consolati

Notti non giorni

fto Federazione Turismo Organizzato

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

@Copyright All rights reserved

Viaggiatori che necessitano di particolare assistenza

Il contraente dichiara di aver già ricevuto, prima della compilazione della presente proposta, il MODULO INFORMATIVO STANDARD previsto dal codice del turismo allegato A per il presente **PACCHETTO TURISTICO** di cui una copia è allegata alla presente:

☐ **Catalogo** ..... Edizione ..... pag. .....

☐ **Programma fuori catalogo/su misura** .....

☐ **Sito web** .....

Denominazione Pacchetto .....

Destinazione .....

Dal ..... al ..... Totale notti .....

Partenza da ..... Ritorno a .....

VIAGGIATORI con ☐ mobilità ridotta che necessitano di assistenza specifica ☐ minori non accompagnati ☐ donne in gravidanza

Nomi: _____

Numero minimo di persone eventualmente richiesto per il pacchetto _____ e termine per l'eventuale risoluzione del contratto per mancato raggiungimento del numero minimo _____

	Prezzo a persona	N°	Prezzo
Quota adulti			
Altro			
	Prezzo complessivo		
Quota bambini			
Altro			
	Prezzo complessivo		
	Prezzo unitario	**N°**	**Totale**
Quota iscrizione adulto			
Quota iscrizione bambino			
	Prezzo complessivo		

ULTERIORI SERVIZI RICHIESTI:
Necessità o richieste particolari del contraente da comunicare all'organizzatore

_____

_____

_____

_____

Le condizioni sopra indicate si considerano vincolanti a seguito di espressa accettazione da parte dell'organizzatore comunicata su supporto informatico all'Agenzia venditrice

Segnalazione non vincolanti (servizi o richieste non confermabili e garantibili prima della partenza; i viaggiatori dovranno verificare la disponibilità direttamente in loco)

_____

_____

_____

_____

ALTRO

_____

_____

I Acconto
versato il

II Acconto
da versare il

Saldo
da versare il

L'agenzia venditrice ha proposto la stipula di polizze assicurative facoltative, non incluse nel prezzo, quali ad es. assicurazioni che coprono le spese di recesso unilaterale del viaggiatore per circostanze soggettive, sopravvenute e non imputabili e per circostanze oggettive non legittimanti il recesso senza penale e spese d'assistenza, compreso il rientro in caso di malattia infortunio o decesso :

☐ Non accettate

☐ Stipulata polizza _____ Tra viaggiatori e compagnia _____

☐ consegnato relativo materiale informativo e polizza ritenuta adeguata dal contraente

DOCUMENTI NECESSARI E FORMALITÀ SANITARIE

(per cittadini italiani) _____

(per cittadini stranieri) _____

Al contraente sono state fornite informazioni di carattere generale concernenti le condizioni in materia di passaporti, visti e formalità sanitarie che i viaggiatori provvederanno a controllare presso le proprie ambasciate / consolati

A queste categorie spettano **particolari diritti** in caso di rientro anticipato e costi di soggiorno a carico dell'organizzatore . Vanno quindi indicati in contratto e poi comunicati al TO

Ulteriori servizi richiesti

Il contraente dichiara di aver già ricevuto, prima della compilazione della presente proposta, il MODULO INFORMATIVO STANDARD previsto dal codice del turismo allegato A per il presente **PACCHETTO TURISTICO** di cui una copia è allegata alla presente:

☐ **Catalogo** ..... Edizione ..... pag. .....

☐ **Programma fuori catalogo/su misura** .....

☐ **Sito web** .....

Denominazione Pacchetto .....

Destinazione .....

Dal ..... al ..... Totale notti .....

Partenza da ..... Ritorno a .....

VIAGGIATORI con ☐ mobilità ridotta che necessitano di assistenza specifica ☐ minori non accompagnati ☐ donne in gravidanza

Nomi: _____

Numero minimo di persone eventualmente richiesto per il pacchetto _____ e termine per l'eventuale risoluzione del contratto per mancato raggiungimento del numero minimo _____

	Prezzo a persona	N°	Prezzo
Quota adulti			
Altro			
	Prezzo complessivo		
Quota bambini			
Altro			
	Prezzo complessivo		
	Prezzo unitario	**N°**	**Totale**
Quota iscrizione adulto			
Quota iscrizione bambino			
	Prezzo complessivo		

ULTERIORI SERVIZI RICHIESTI:
Necessità o richieste particolari del contraente da comunicare all'organizzatore

_____

_____

_____

_____

Le condizioni sopra indicate si considerano vincolanti a seguito di espressa accettazione da parte dell'organizzatore comunicata su supporto informatico all'Agenzia venditrice

Segnalazione non vincolanti (servizi o richieste non confermabili e garantibili prima della partenza; i viaggiatori dovranno verificare la disponibilità direttamente in loco)

_____

_____

_____

_____

ALTRO

_____

_____

I Acconto
versato il

II Acconto
da versare il

Saldo
da versare il

L'agenzia venditrice ha proposto la stipula di polizze assicurative facoltative, non incluse nel prezzo, quali ad es. assicurazioni che coprono le spese di recesso unilaterale del viaggiatore per circostanze soggettive, sopravvenute e non imputabili e per circostanze oggettive non legittimanti il recesso senza penale e spese d'assistenza, compreso il rientro in caso di malattia infortunio o decesso :

☐ Non accettate

☐ Stipulata polizza _____ Tra viaggiatori e compagnia _____

☐ consegnato relativo materiale informativo e polizza ritenuta adeguata dal contraente

DOCUMENTI NECESSARI E FORMALITÀ SANITARIE

(per cittadini italiani) _____

(per cittadini stranieri) _____

Al contraente sono state fornite informazioni di carattere generale concernenti le condizioni in materia di passaporti, visti e formalità sanitarie che i viaggiatori provvederanno a controllare presso le proprie ambasciate / consolati

Attenzione ad indicare qui le **richieste particolari** del cliente che l'agenzia ha inoltrato al TO e questi ha confermato.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

@Copyright All rights reserved

Assicurazioni

Il contraente dichiara di aver già ricevuto, prima della compilazione della presente proposta, il MODULO INFORMATIVO STANDARD previsto dal codice del turismo allegato A per il presente **PACCHETTO TURISTICO** di cui una copia è allegata alla presente:

☐ **Catalogo** ..... Edizione ..... pag. .....
☐ **Programma fuori catalogo/su misura** .....
☐ **Sito web** .....

Denominazione Pacchetto .....
Destinazione .....
Dal ..... al ..... Totale notti .....
Partenza da ..... Ritorno a .....

VIAGGIATORI con □ mobilità ridotta che necessitano di assistenza specifica □ minori non accompagnati □ donne in gravidanza
Nomi: _____
Numero minimo di persone eventualmente richiesto per il pacchetto _____ e termine per l'eventuale risoluzione del contratto per mancato raggiungimento del numero minimo _____

	Prezzo a persona	N°	Prezzo
Quota adulti			
Altro			
	Prezzo complessivo		
Quota bambini			
Altro			
	Prezzo complessivo		
	Prezzo unitario	**N°**	**Totale**
Quota iscrizione adulto			
Quota iscrizione bambino			
	Prezzo complessivo		

ULTERIORI SERVIZI RICHIESTI:
Necessità o richieste particolari del contraente da comunicare all'organizzatore

Le condizioni sopra indicate si considerano vincolanti a seguito di espressa accettazione da parte dell'organizzatore comunicata su supporto informatico all'Agenzia venditrice

Segnalazione non vincolanti (servizi o richieste non confermabili e garantibili prima della partenza; i viaggiatori dovranno verificare la disponibilità direttamente in loco)

ALTRO

I Acconto	
versato il	
II Acconto	
da versare il	
Saldo	
da versare il	

L'agenzia venditrice ha proposto la stipula di polizze assicurative facoltative, non incluse nel prezzo, quali ad es. assicurazioni che coprono le spese di recesso unilaterale del viaggiatore per circostanze soggettive, sopravvenute e non imputabili e per circostanze oggettive non legittimanti il recesso senza penale e spese d'assistenza, compreso il rientro in caso di malattia infortunio o decesso :
□ Non accettate
□ Stipulata polizza _____ Tra viaggiatori e compagnia _____
□ consegnato relativo materiale informativo e polizza ritenuta adeguata dal contraente

Riportare il nome della compagnia e la **polizza** stipulata

DOCUMENTI NECESSARI E FORMALITÀ SANITARIE
(per cittadini italiani) _____
(per cittadini stranieri) _____
Al contraente sono state fornite informazioni di carattere generale concernenti le condizioni in materia di passaporti, visti e formalità sanitarie che i viaggiatori provvederanno a controllare presso le proprie ambasciate / consolati

fto Federazione Turismo Organizzato

Altro				**I Acconto**
	Prezzo complessivo			versato il
	Prezzo unitario	**N°**	**Totale**	**II Acconto**
Quota iscrizione adulto				da versare il
Quota iscrizione bambino				**Saldo**
	Prezzo complessivo			da versare il

L'agenzia venditrice ha proposto la stipula di polizze assicurative facoltative, non incluse nel prezzo, quali ad es. assicurazioni che coprono le spese di recesso unilaterale del viaggiatore per circostanze soggettive, sopravvenute e non imputabili e per circostanze oggettive non legittimanti il recesso senza penale e spese d'assistenza, compreso il rientro in caso di malattia infortunio o decesso :
□ Non accettate
□ Stipulata polizza _____ Tra viaggiatori e compagnia _____
□ consegnato relativo materiale informativo e polizza ritenuta adeguata dal contraente

DOCUMENTI NECESSARI E FORMALITÀ SANITARIE
(per cittadini italiani) _____
(per cittadini stranieri) _____
Al contraente sono state fornite informazioni di carattere generale concernenti le condizioni in materia di passaporti, visti e formalità sanitarie che i viaggiatori provvederanno a controllare presso le proprie ambasciate / consolati

Consegnare al contraente le **condizioni di polizza** (anche su catalogo) e spuntare

fto Federazione Turismo Organizzato

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

@Copyright All rights reserved

Altro				**I Acconto**
		Prezzo complessivo		versato il
	Prezzo unitario	**N°**	**Totale**	**II Acconto**
Quota iscrizione adulto				da versare il
Quota iscrizione bambino				**Saldo**
		Prezzo complessivo		da versare il

L'agenzia venditrice ha proposto la stipula di polizze assicurative facoltative, non incluse nel prezzo, quali ad es. assicurazioni che coprono le spese di recesso unilaterale del viaggiatore per circostanze soggettive, sopravvenute e non imputabili e per circostanze oggettive non legittimanti il recesso senza penale e spese d'assistenza, compreso il rientro in caso di malattia infortunio o decesso :
□ Non accettate

□ Stipulata polizza _____ Tra viaggiatori e compagnia _____

□ consegnato relativo materiale informativo e polizza ritenuta adeguata dal contraente

DOCUMENTI NECESSARI E FORMALITÀ SANITARIE
(per cittadini italiani) _____
(per cittadini stranieri) _____
Al contraente sono state fornite informazioni di carattere generale concernenti le condizioni in materia di passaporti, visti e formalità sanitarie che i viaggiatori provvederanno a controllare presso le proprie ambasciate / consolati

Attenzione! L'obbligo è esteso a TUTTI partecipanti, anche se cittadini non UE. Non è possibile fare solo un rimando generico a dei siti da consultare

fto Federazione Turismo Organizzato

Acconto

□ **Catalogo** ..... Edizione ..... pag. .....

□ **Programma fuori catalogo/su misura** .....

□ **Sito web** .....

Denominazione Pacchetto .....
Destinazione .....
Dal ..... al ..... Totale notti .....
Partenza da ..... Ritorno a .....

VIAGGIATORI con □ mobilità ridotta che necessitano di assistenza specifica □ minori non accompagnati □ donne in gravidanza
Nomi: _____
Numero minimo di persone eventualmente richiesto per il pacchetto _____ e termine per l'eventuale risoluzione del contratto per mancato raggiungimento del numero minimo _____

	Prezzo a persona	**N°**	**Prezzo**
Quota adulti			
Altro			
		Prezzo complessivo	
Quota bambini			
Altro			
		Prezzo complessivo	
	Prezzo unitario	**N°**	**Totale**
Quota iscrizione adulto			
Quota iscrizione bambino			
		Prezzo complessivo	

ULTERIORI SERVIZI RICHIESTI:
Necessità o richieste particolari del contraente da comunicare all'organizzatore
_____
_____
_____
_____

Le condizioni sopra indicate si considerano vincolanti a seguito di espressa accettazione da parte dell'organizzatore comunicata su supporto informatico all'Agenzia venditrice

Segnalazione non vincolanti (servizi o richieste non confermabili o garantibili prima della partenza; i viaggiatori dovranno verificare la disponibilità direttamente in loco)
_____
_____
_____
_____

ALTRO
_____
_____

I Acconto
versato il
II Acconto
da versare il
Saldo
da versare il

Non c'è più il limite del 25%. Può essere anche superiore, ma deve essere indicato al viaggiatore. Attenzione sempre a tutelarsi in relazione allo scattare delle penali

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Irrevocabilità della proposta

La presente PROPOSTA CONTRATTUALE deve intendersi **IRREVOCABILE** per un periodo di sette giorni, salvo se diversamente pattuito con il cliente ossia ___ giorni. Contestualmente alla sottoscrizione del presente documento, il contraente si impegna a versare una somma a titolo di caparra confirmatoria nella misura indicata dall'organizzatore. In caso di richiesta di servizi che comportano il pagamento immediato (quale biglietteria aerea soggetta a time limit o servizi non rimborsabili per policy del fornitore degli stessi), le somme per procedersi all'acquisto di tali servizi potranno essere richieste in via immediata. **Il contratto si intende perfezionato nel momento in cui l'organizzatore conferma la presente proposta all'agenzia venditrice**; le somme già versate dal contraente a titolo di caparra, verranno quindi imputate in conto prezzo. A seguito dell'avvenuta conferma di prenotazione da parte dell'organizzatore al contraente presso l'agenzia venditrice e per mantenere l'efficacia del contratto concluso con l'organizzatore, essa è tenuta a rimettere tutte le somme ricevute in occasione del mandato all'organizzatore.
L'agenzia venditrice non è considerata responsabile per difetti di conformità relativi al pacchetto e risponde nei confronti dei viaggiatori in base alle regole del mandato.

°°°

Dato che non vi è proposta + conferma, questa proposta **non può essere modificata o revocata** dal contraente. Se per il tipo di servizi o pacchetto si presume che il TO non possa confermare tutto entro 7 giorni mediante invio di EC di conferma, aumentare il numero di giorni

Condizioni generali

Il contraente dichiara, anche in nome e per conto degli altri viaggiatori:
- di aver ricevuto copia del catalogo dell'organizzatore o, laddove mancante, della descrizione dei servizi e del programma di viaggio, con le relative condizioni;
- di aver letto il presente contratto e le condizioni generali di contratto applicate dall'organizzatore che formano parte integrante dello stesso tra cui, in particolare le spese di recesso, la scheda tecnica e gli obblighi previsti in capo al turista.
- di essere consapevole di poter recedere dal contratto in qualsiasi momento prima dell'inizio del pacchetto dietro pagamento delle spese di recesso applicate dall'organizzatore. In caso di pacchetto su misura il contraente dovrà rimborsare all'organizzatore tutte le spese sostenute per l'espletamento dell'incarico (es. voli non rimborsabili, penalità applicate dalle strutture alberghiere) oltre quanto indicato in contratto quale liquidazione del danno alla parte contraente pronta all'adempimento;
- di aver letto le condizioni di assicurazione, tra cui le franchigie, le esclusioni, le modalità e le tempistiche per aprire un sinistro e di essere stato informato che l'apertura del sinistro, l'invio dei documenti alla compagnia assicuratrice e la gestione del sinistro sono onere del viaggiatore;
- di essere stato informato sui documenti necessari per effettuare il viaggio (inclusi eventuali minorenni o stranieri);
- di essere informato sulla situazione sanitaria e socio-politica dello Stato ove avrà luogo il viaggio o la vacanza e dell'opportunità di verificare prima della partenza le indicazioni ufficiali di carattere generale fornite dal Ministero degli Esteri tramite il sito www.viaggiaresicuri.it o la Centrale Operativa Telefonica al numero 06 491115 e sul sito dell'OMS tramite il sito www.who.int.
- di essere stato informato della possibilità di cedere il contratto ad altro viaggiatore entro il termine massimo di sette giorni prima della partenza e che ogni difetto di conformità o reclamo DEVE essere comunicato dal viaggiatore SENZA RITARDO (direttamente all'organizzatore o tramite l'agenzia venditrice)

Allegare **sempre** la pagina con le condizioni generali di contratto

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

@Copyright All rights reserved

Condizioni generali

CONDIZIONI GENERALI DI CONTRATTO DI VENDITA DI PACCHETTI TURISTICI

CONTENUTO DEL CONTRATTO DI PACCHETTO TURISTICO
Costituiscono parte integrante del contratto di pacchetto turistico oltre che le condizioni generali che seguono, la descrizione del pacchetto turistico contenuta nel catalogo (online o cartaceo), ovvero nel separato programma di viaggio, nonché la conferma di prenotazione che viene inviata dall'Organizzatore al venditore, quale mandataria del viaggiatore e quest'ultimo avrà diritto di riceverla dalla medesima. Nel sottoscrivere la proposta di compravendita di pacchetto turistico, il viaggiatore deve tener bene a mente che essa dà per letto ed accettato, per sé e per i soggetti indicati nel contratto, sia il contratto di pacchetto turistico per come ivi disciplinato, sia le avvertenze e condizioni in essa contenute, sia le presenti condizioni generali.

1. FONTI LEGISLATIVE
La vendita di pacchetti turistici e servizi turistici collegati, è disciplinata dal Codice del Turismo (artt. 32-51 - novies) così come modificato dal d.lgs. 62/2018 che attua la direttiva UE 2015/2302 e sue successive modificazioni e dalle disposizioni del codice civile in tema di trasporto e mandato, in quanto applicabili.

2. REGIME AMMINISTRATIVO
L'organizzatore e il venditore del pacchetto turistico, cui il viaggiatore si rivolge, devono essere abilitati all'esecuzione delle rispettive attività in base alla legislazione vigente, anche regionale o comunale ed operare secondo quanto ivi previsto. L'Organizzatore e il venditore stabiliti sul territorio italiano devono essere coperti da contratto di assicurazione per la responsabilità civile a favore del viaggiatore per il risarcimento dei danni derivanti dalla violazione dei rispettivi obblighi assunti con i rispettivi contratti. I contratti di organizzazione di pacchetto turistico sono assistiti da polizze assicurative o garanzie bancarie che, nei casi di insolvenza o fallimento dell'organizzatore o del venditore garantiscono, senza ritardo su richiesta del viaggiatore, il rimborso del prezzo versato per l'acquisto del pacchetto e il rientro immediato del viaggiatore nel caso in cui il pacchetto include il trasporto del viaggiatore, nonché, se necessario, il pagamento del vitto e dell'alloggio prima del rientro. Tale obbligo si applica anche ai professionisti che agevolano servizi turistici collegati, per il rimborso di tutti i pagamenti che ricevono dai viaggiatori.

3. DEFINIZIONI
Ai fini del presente contratto s'intende per:
a) "viaggiatore": chiunque intende concludere un contratto, stipula un contratto o è autorizzato a viaggiare in base a un contratto di pacchetto turistico o servizio turistico collegato;
b) "professionista": qualsiasi persona fisica o giuridica pubblica o privata che, nell'ambito della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale agisce, nei contratti di pacchetto turistico o servizio turistico collegato, anche tramite altra persona che opera in suo nome o per suo conto, in veste di organizzatore, venditore, professionista che agevola servizi turistici collegati o di fornitore di servizi turistici, ai sensi della normativa vigente;
c) "organizzatore": un professionista che combina pacchetti e li vende o li offre in vendita direttamente o tramite o unitamente a un altro professionista, oppure il professionista che trasmette i dati relativi al viaggiatore a un altro professionista conformemente alla lettera c), numero 2.4) dell'art. 33 del codice del turismo;
d) "venditore": il professionista diverso dall'organizzatore che vende o offre in vendita pacchetti combinati da un organizzatore;
e) "stabilimento": lo stabilimento definito dall'articolo 8, comma 1, lettera e), del decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59;
f) "supporto durevole": ogni strumento che permette al viaggiatore o al professionista di conservare le informazioni che gli

5.2. Per i contratti di pacchetto turistico stipulati per telefono, l'organizzatore o il professionista fornisce al viaggiatore le informazioni previste dal "modulo informativo standard" di cui all'allegato A, parte II, del codice del turismo.
5.3. In considerazione del largo anticipo con cui vengono pubblicati i cataloghi che riportano le informazioni relative alle modalità di fruizione dei servizi, si precisa che gli orari e le tratte dei voli indicati nella accettazione della proposta di compravendita dei servizi potrebbero subire variazioni poiché soggetti a successiva convalida; gli orari definitivi dei voli verranno comunicati nei giorni antecedenti la partenza e il ritorno. Si precisa che i pacchetti che i voli charter non sono soggetti, per definizione, ad una programmazione oraria sistematica.

6. PROPOSTA D'ACQUISTO - PRENOTAZIONI
6.1. Al momento della conclusione del contratto di pacchetto turistico o, comunque, appena possibile, l'organizzatore o il venditore, fornisce al viaggiatore una copia o una conferma del contratto su un supporto durevole.
6.2 Il viaggiatore ha diritto a una copia cartacea qualora il contratto di pacchetto turistico sia stato stipulato alla contemporanea presenza fisica delle parti.
6.3. Per quanto riguarda i contratti negoziati fuori dei locali commerciali, definiti all'articolo 45, comma 1, lettera h), del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, una copia o la conferma del contratto di pacchetto turistico è fornita al viaggiatore su carta o, se il viaggiatore acconsente, su un altro supporto durevole.
6.4. I contratto di pacchetto turistico si intende perfezionato, con conseguente conclusione del contratto, solo nel momento in cui l'organizzatore invierà conferma, anche a mezzo sistema telematico, al viaggiatore presso il venditore
6.5 Il viaggiatore deve comunicare al venditore, prima della prenotazione, eventuali richieste specifiche che si considerano oggetto del contratto solamente se possibili, riportate per iscritto nel contratto ed accettate dall'organizzatore.
6.6.I documenti di viaggio (es. voucher) verranno consegnati al viaggiatore in tempo utile prima della partenza e il viaggiatore dovrà conservarli e portarli con sé durante il viaggio, per poter usufruire dei servizi regolarmente prenotati, unitamente ad altri eventuali documenti (es. biglietti aerei) consegnati dal venditore. Il viaggiatore è tenuto a verificare la correttezza dei dati riportati sui predetti documenti e sul contratto di viaggio ed a comunicare immediatamente al venditore eventuali errori. Il viaggiatore deve comunicare all'organizzatore i dati dei partecipanti esattamente come riportati sui documenti personali d'identità.
6.7. Eventuali escursioni, servizi o prestazioni acquistati e pagati dai viaggiatori a destinazione sono estranei al presente contratto. Pertanto nessuna responsabilità in merito a ciò potrà essere ascritta all'organizzatore o al venditore, neppure nell'eventualità che, a titolo di cortesia, personale residente, accompagnatori, guide o corrispondenti locali possano occuparsi della loro prenotazione.

7. PAGAMENTI
7. 1. All'atto della sottoscrizione del contratto dovrà essere corrisposta: a) la quota d'iscrizione o gestione pratica (vedi art. 8); b) acconto nella misura indicata dall'organizzatore o dal venditore che viene versato a

Federazione Turismo Organizzato

Agenzia organizzatrice

Il contraente dichiara, anche in nome e per conto degli altri viaggiatori:
- di aver ricevuto copia del catalogo dell'organizzatore o, laddove mancante, della descrizione dei servizi e del programma di viaggio, con le relative condizioni;
- di aver letto il presente contratto e le condizioni generali di contratto applicate dall'organizzatore che formano parte integrante dello stesso tra cui, in particolare le spese di recesso, la scheda tecnica e gli obblighi previsti in capo al turista.
- di essere consapevole di poter recedere dal contratto in qualsiasi momento prima dell'inizio del pacchetto dietro pagamento delle spese di recesso applicate dall'organizzatore. In caso di pacchetto su misura il contraente dovrà rimborsare all'organizzatore tutte le spese sostenute per l'espletamento dell'incarico (es. voli non rimborsabili, penalità applicate dalle strutture alberghiere) oltre quanto indicato in contratto quale liquidazione del danno alla parte contraente pronta all'adempimento;
- di aver letto le condizioni di assicurazione, tra cui le franchigie, le esclusioni, le modalità e le tempistiche per aprire un sinistro e di essere stato informato che l'apertura del sinistro, l'invio dei documenti alla compagnia assicuratrice e la gestione del sinistro sono onere del viaggiatore;
- di essere stato informato sui documenti necessari per effettuare il viaggio (inclusi eventuali minorenni o stranieri);
- di essere informato sulla situazione sanitaria e socio-politica dello Stato ove avrà luogo il viaggio o la vacanza e dell'opportunità di verificare prima della partenza le indicazioni ufficiali di carattere generale fornite dal Ministero degli Esteri tramite il sito www.viaggiaresicuri.it o la Centrale Operativa Telefonica al numero 06 491115 e sul sito dell'OMS tramite il sito www.who.int.
- di essere stato informato della possibilità di cedere il contratto ad altro viaggiatore entro il termine massimo di sette giorni prima della partenza e che ogni difetto di conformità o reclamo DEVE essere comunicato dal viaggiatore SENZA RITARDO (direttamente all'organizzatore o tramite l'agenzia venditrice)

Se l'agenzia è **organizzatrice** deve predisporre in anticipo le penali e renderle conoscibili ai clienti

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

@Copyright All rights reserved

Informativa privacy

Allegare **sempre** l'informativa dell'agenzia con firme per il consenso (dati sensibili – marketing)

Trattamento dei dati personali – informativa ai viaggiatori sul trattamento dei dati personali ai sensi delle disposizioni legislative in vigore:
Si informano i signori viaggiatori che i loro dati personali, il cui conferimento è necessario per permettere la conclusione e l'esecuzione del contratto di viaggio, saranno trattati in forma manuale e/o elettronica nel rispetto della normativa vigente. L'eventuale rifiuto comporterà l'impossibilità di perfezionamento e conseguente esecuzione del contratto.
Titolari dei trattamenti sono l'Agenzia venditrice e l'Organizzatore, ciascuno per le proprie responsabilità, come per legge, essendo l'Organizzatore e l'intermediario differenti ed autonome figure giuridiche con differenti ed autonomi obblighi negoziali. L'esercizio dei diritti previsti dalla normativa vigente – a titolo esemplificativo: diritto di richiedere l'accesso ai dati personali , la rettifica o la cancellazione degli stessi o la limitazione del trattamento che lo riguardano o di opporsi al loro trattamento, oltre al diritto alla portabilità dei dati; il diritto di proporre reclamo a un'autorità di controllo – dovranno pertanto essere esercitati separatamente sia verso il venditore\intermediario, sia verso l'organizzatore, i quali procederanno ciascuno per quanto di propria competenza. In ogni caso si porta a conoscenza dei viaggiatori indicati nella presente proposta che i loro dati personali potranno essere comunicati a:

- soggetti cui l'accesso ai dati sia riconosciuto da disposizioni di legge, di regolamento o di normativa comunitaria;
- Paesi esteri per i quali esiste una decisione di Adeguatezza da parte della Commissione Europea ex art. 45 e/o garanzie adeguate ex art. 46 UE 2016/679,m quali specificamente: - Andorra; - Argentina; - Australia – PNR; - Canada; - FaerOer; - Guernsey;- Isola di Man- - Israele; - Jersey; - Nuova Zelanda;- Svizzera; - Uruguay.
- Compagnie Assicuratrici e soggetti terzi, anche in paesi extra UE, per l'espletamento della prenotazione del viaggio (alberghi, compagnie aeree, area Operativo Vendite, Back office, Contrattazione Voli Charter e Linea Distribuzione, Assistenza, Amministrazione).
- Responsabili esterni e i soggetti autorizzati del trattamento preposti alla gestione della pratica viaggio regolarmente incaricati e formati sul Trattamento dei dati personali.
- Per i viaggi verso Paesi extra UE e al di fuori di quelli sopra indicati per i quali non sussiste una decisione di Adeguatezza da parte della Commissione Europea ex art. 45 e/o art. 46 del Reg. UE 2016/679, si rende noto che i viaggiatori non potranno esercitare i diritti per come previsti dal Regolamento né verso il Titolare o i Titolari del Trattamento, né direttamente verso i terzi (quali a titolo esemplificativo: alberga-tori, vettori locali, compagnie assicurative locali, istituti di cura pubblici o privati ecc.) poiché tale obbligo di trattamento e\o conservazione dei dati secondo gli standard dell'Unione Europea non è previsto dalle leggi del Paese ospitante; ciononostante, ove la destinazione prescelta sia verso tali Paesi, con la sottoscrizione della presente proposta, manifestano espressamente il loro consenso all'invio dei dati verso gli stessi, pur consapevoli dell'impossibilità di esercitare i diritti previsti dalla normativa europea.

Con la sottoscrizione della presente proposta, il viaggiatore dà quindi per conosciuto ed accettato tale mancato riconoscimento di adeguatezza da parte della Commissione Europea degli standard di trattamento dei dati personali nei Paesi meta della vacanza e ciononostante richiede la prenotazione ed esecuzione del viaggio.
Per ogni più ampia informazione sul trattamento dei dati da parte del Tour Operator e sull'esercizio dei diritti dei viaggiatori, si rimanda si rimanda a quanto pubblicato nel sito del Tour Operator nella sezione privacy
Per ogni più ampia informazione sul trattamento dei dati da parte dell'Agente di Viaggio intermediario e sull'esercizio dei diritti dei viaggiatori si rimanda a .....
In caso di mancata accettazione da parte dell'Organizzatore della presente proposta di compravendita di pacchetto\servizio turistico, i dati personali quivi contenuti saranno cancellati, a meno che non si autorizzi il trattamento per fini commerciali, quali ricezioni di offerte commerciali (ecc... specifichiamo..) con manifestazione espressa del consenso o del diniego, contrassegnando l'apposita casella.

Io Sottoscritto	Io Sottoscritto .....
Acconsento al trattamento dei dati personali e dei dati sensibili ☐	Acconsento al trattamento dei dati personali e dei dati sensibili ☐
Acconsento al trattamento dei dati personali per finalità di marketing ☐	Acconsento al trattamento dei dati personali per finalità di marketing ☐

Seguono condizioni generali di contratto e del Modulo Informativo standard

Federazione Turismo Organizzato

Singoli servizi e servizi turistici collegati

NOVITÀ

In agenzia si possono vendere servizi turistici collegati:
almeno **2 tipi diversi di servizi turistici**
acquistati ai fini dello **stesso viaggio**
che **non costituiscono pacchetto**
comportano **contratti diversi** con i singoli fornitori
l'agenzia agevola la **selezione distinta** e
pagamento distinto di ogni servizio turistico
al momento dell'**unica visita**/contatto

Modulo informativo standard
2 ricevute + voucher / biglietto

Federazione Turismo Organizzato

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

La legge richiede che gli originali del contratto (firmati) devono essere conservati dall'agenzia per 10 anni.
Se le condizioni di contratto variano il contratto va riscritto e ri-firmato da entrambe le parti.

QUALCHE CHIARIMENTO

Le agenzie di viaggi e turismo sono le imprese turistiche che **esercitano** congiuntamente o disgiuntamente **attività di produzione, organizzazione ed intermediazione di viaggi** e soggiorni e ogni altra forma di prestazione turistica a servizio dei clienti, siano essi di accoglienza che di assistenza, con o senza vendita diretta al pubblico, ivi compresi i compiti di assistenza e di accoglienza ai turisti.
Sono, altresì, considerate agenzie di viaggi le imprese esercenti in via principale l'organizzazione dell'attività di trasporto terrestre, marittimo, aereo, lacuale e fluviale quando assumono direttamente l'organizzazione di viaggi, crociere, gite ed escursioni comprendendo prestazioni e servizi aggiuntivi rispetto a quelli strettamente necessari al trasporto

Il contratto di organizzazione di viaggio:
L'agenzia di viaggi offre – a fronte di un prezzo globale – una serie di prestazioni comprendenti il trasporto, il soggiorno separato dal trasporto o qualunque altro servizio a essi riferito. Per questi servizi la responsabilità e a carico dell'organizzatore del viaggio

Il contratto di intermediazione di viaggio:
L'agenzia si impegna a procurare un contratto di organizzazione di viaggi. L'agenzia di viaggi può essere chiamata a rispondere dei danni derivanti dalla mancata prestazione, totale o parziale, da parte di terzi, ma la responsabilità è a carico del tour operator che ha erogato i servizi di viaggio

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

- TOUR OPERATOR che svolgono attività di produzione e organizzazione di viaggi e soggiorni,

- INTERMEDIARI (c.d. agenti di viaggio) che svolgono opera di intermediazione e quindi di vendita dei servizi realizzati da altri soggetti.

Sapere se l'agente di viaggio sia un organizzatore di viaggi (un soggetto cioè che vende in proprio viaggi "tutto compreso" da lui organizzato) o sia un semplice intermediario (che vende servizi realizzati da altri imprenditori), è molto importante. Diverso è il regime di responsabilità incombente in capo a ciascun soggetto: Il tour operator è responsabile per l'inadempimento degli obblighi di organizzazione del viaggio e per i danni causati al viaggiatore in occasione della prestazione dei servizi, mentre non lo è l'intermediario. (Tuttavia chi ha effettivamente svolto il servizio ad es. di trasporto, rimane naturalmente responsabile in caso di inadempimento o di danni arrecati all'utente)

L'agenzia che funge da intermediaria è responsabile del proprio operato e il rapporto tra intermediario e turista/passeggero è regolato dalle norme del nuovo codice del turismo L'agenzia di viaggio (mandataria) risponderà di fronte al turista (mandante) degli errori commessi nello svolgimento dell'attività tesa a procurargli i servizi necessari alla realizzazione del viaggio-soggiorno. L'agenzia risponderà così dell'errore commesso nella prenotazione dei biglietti di viaggio, delle camere di albergo, del posto a teatro, al ristorante, etc. per non aver avvisato il viaggiatore del cambiamento di albergo o di itinerario deciso dal corrispondente; per il mancato controllo dell'esattezza della prenotazione del biglietto di viaggio su di una determinata linea aerea da parte del vettore; per la mancata comunicazione al cliente della sopraggiunta impossibilità di essere ospitato in un albergo già prenotato

–

L'intermediario è inoltre responsabile dell'esattezza delle informazioni, dei consigli o dei suggerimenti dati al cliente in merito all'organizzazione e alla realizzazione del viaggio o soggiorno, oltre che dell'errore professionale commesso nella scelta degli operatori incaricati dell'esecuzione dei diversi servizi di trasporto, albergo, ed altri.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Nel caso del contratto turistico non si applica la norma che prevede, come per le altre proposte contrattuali a distanza, **il diritto di recesso** senza motivazione e senza penalità entro 10 giorni lavorativi.
Ai sensi dell'art. 32, co. 2 Cod. Tur, si comunica al turista l'esclusione del diritto di recesso previsto dagli art. 64 e ss. Del D.L.gs. n. 206/2005 (Codice del Consumo). Si rendono perciò applicabili al turista che recede dal contratto sottoscritto a distanza le penali d'annullamento previste.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Parte S
FIDELIZZARE IL CLIENTE

Hai concluso una vendita e hai acquisito un nuovo cliente . Complimenti !

Tempo fa un cliente contento era un cliente fidelizzato :-) oggi è più difficile che questo accada o perlomeno è facile che un cliente segua l'offerta di prezzo migliore e non sempre noi siamo in grado di dargliela, magari quel cliente torna dopo qualche vacanza ma succede spesso che non faccia tutte le sue vacanze con noi !!

Più è forte la concorrenza e più si rende necessario assicurarsi la fedeltà della clientela !

Il cliente oggi è un'entità che sperimenta, che si muove alla ricerca del servizio più soddisfacente, che si fida degli amici che gli consigliano una destinazione, è più facile per lui documentarsi e ricercare su internet. Per questi motivi si rende ancora più necessaria la fidelizzazione.

La fidelizzazione consiste nell'insieme di azioni mirate al mantenimento della clientela esistente e si realizza principalmente attraverso una serie di strategie volte a creare il più elevato grado di soddisfazione del cliente e un ottimo rapporto cliente/consulente. Un cliente soddisfatto è un cliente che ritorna e acquista ancora. Per noi è importante sapere che acquisire una rilevante quota di clienti sicuri **ci garantisce una base di fatturato stabile e duratura.**

La fidelizzazione oltre a permette di avere continuità, permette di conoscere e agevolare chi compra cercando nel limite del possibile di rendere su misura il rapporto.

Permette a chi compra di "sentirsi a casa" e a chi vende, come detto, una certa costanza di vendite.

La fidelizzazione è inoltre un ottimo sistema per creare anche dei "vincoli" nel senso che, tante volte, si prosegue un rapporto per evitare di rifare procedure di registrazione, per evitare di spiegare ogni volta la nostra tipologia di vacanza preferita, le nostre esigenze ed abitudini... se il mio consulente di viaggi mi conosce sa già cosa voglio trovare e mi può aiutare più facilmente nella scelta, sa già che tipo di budget sono solito spendere, che tipo di categoria di hotel mi piace, se voglio fare sport o solo rilassarmi... sono tutti servizi aggiuntivi che facilitano la fase di acquisto e, naturalmente, la fase di vendita per noi agenti di viaggio !

Devi far leva sul tuo valore aggiunto ed ogni tanto devi ricordare al cliente queste “accortezze” nei suoi confronti. In molti casi le persone vengono facilmente convinte a spendere anche qualcosa in più se questo qualcosa può rendere indimenticabile la loro vacanza e devi battere proprio su questi

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a “Consulente di viaggi dalla A alla Z”

punti di forza!! far capire ai clienti che puoi dare loro una consulenza, che tu puoi aiutarli più facilmente nella scelta perchè conosci i loro bisogni.

Molto importante (e forse questo più di tutto il resto) è far capire al cliente che in caso di necessità durante la vacanza tu sei sempre disponibile. Ti assicuro che se risolvi un problema il cliente se lo ricorderà per sempre "ho avuto un problema ma il mio consulente di viaggi mi ha aiutato ed è riuscito a risolverlo senza rovinarci la vacanza!" È impagabile.

Un rapporto chiaro e trasparente costituisce una solida base per un rapporto duraturo, per ottenere la fiducia devi dimostrargliene altrettanta. La fiducia elimina le barriere di diffidenza e di perplessità all'inizio del rapporto e, con il tempo, il cliente va sempre rispettato, va sempre usata l'educazione accompagnata dalla "amicizia", questa fiducia che lui ha riposto in noi non va mai tradita.

Oltre ad essere gentile ovviamente ci vuole la qualità del servizio che offri, quello che prometti lo devi sempre mantenere !!

--Per essere straordinari bisogna fare le cose ordinarie !! --

Promettere una cosa che poi non sarai in grado di garantire può essere addirittura controproducente, la soddisfazione del tuo cliente arriverà nel momento in cui si realizza quello che hai trasmesso attraverso le tue campagne pubblicitarie, attraverso le tue parole, le tue promesse e le tue azioni.

--I costi per l'acquisizione di nuovi clienti sono quasi sempre superiori a quelli sostenuti per il mantenimento di quelli vecchi --

Ricordati che è anche importante per te concentrarti su un target che sappia dare risultati apprezzabili !

Comunicare news utili, inerenti magari ad aggiornamenti relativi al prodotto/servizio acquistato dal cliente o per il quale ha espresso interesse con una strategia di marketing può dare ottimi risultati in questo senso. Il sito, e meglio ancora il blog, devono fornire davvero le informazioni di cui il cliente ha bisogno, devono riuscire a catturare la sua attenzione in modo pratico e funzionale

Il cliente deve sentirsi "unico", se voglio soddisfare un suo desiderio devo prestare attenzione alle sue esigenze e fornire le informazioni di cui lui ha bisogno; non news letter generiche ma cercare di personalizzarle...

Se hai uno storico di un cliente ti verrà più facile ricordare quello che può averti chiesto negli anni. Un Crm (Customer Relationship Management) può offrire opportunità davvero vantaggiose perché consente di migliorare il livello di conoscenza dei clienti e di mettere in atto campagne personalizzate, permette di monitorare i risultati nel tempo e con investimenti non proibitivi assicura un ritorno di investimento particolarmente apprezzabile

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

--Comprendo le sue esigenze e soddisfo le sue aspettative--

Già dai primi contatti è possibile gettare le basi per un rapporto solido e duraturo con il cliente, acquisendo le prime essenziali informazioni che consentono di creare un profilo il più possibilmente completo e preciso sul quale possono successivamente essere studiate e messe in atto azioni mirate e strategie personalizzate: capacità di osservazione e soprattutto saper ascoltare, capire esigenze e motivazioni del cliente e agire di conseguenza nell'ottica della sua totale soddisfazione.

Ricordati però anche che, statisticamente, esistono dei cali fisiologici per quel che riguarda la clientela fidelizzata e rimane fondamentale quindi acquisirne costantemente di nuova, sia per sopperire a tali periodiche flessioni sia per trarre vantaggio dalle opportunità che ogni rinnovamento porta con sé: il rinnovamento infatti pone nuovi obiettivi e incrementa la conoscenza del mercato di riferimento, porta freschezza e mantiene l'azienda attiva favorendo la ricerca di un costante miglioramento.

COME FIDELIZZARE?
Nel tuo lavoro non è facile fare riduzioni di prezzo o distribuire fidelity card con sconti tipo Supermercato. I tuoi margini di guadagno non ti permettono questo tipo di fidelizzazione, devi giocare le tue carte sulla competenza, la tua preparazione, la tua disponibilità. Quanto insomma detto sopra.

Relazione, Educazione, Fiducia, Affermazione/Apprezzamento, Influenza e Nuovi Prodotti.

Relazione *– Legame con il cliente attraverso il soddisfacimento di un bisogno. (conoscenza del cliente)*

Un rapporto deve durare molto tempo dopo la novità, o dopo che la novità del prodotto svanisce. Coloro che continuano a sviluppare un rapporto dopo che una persona acquista un prodotto, troverà una fedeltà che nessun concorrente potrà penetrare.

Educazione *– E' necessario mantenere vivo il loro "perchè" nell'acquisto (news letter dedicate)*

Le persone comprano d'impulso sulla base di un ragionamento fatto sul momento. Comprano la storia di un prodotto. Questa storia deve essere raccontata e ripetuta in modi sempre nuovi per mantenere un cliente fedele al prodotto. Anche i più devoti acquirenti di un prodotto possono essere addescati da altro prodotto che promette gli stessi risultati ma per esempio che costi meno

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Fiducia *– Devi essere qualcuno di cui i clienti possano fidarsi e su cui contare nel momento del bisogno (mantengo ciò che prometto)*

Per fidelizzare i clienti, è necessario diventare una risorsa preziosa per i clienti stessi. Quando diventi un loro consulente personale, da cui poter ottenere risposte quando necessario e che mantiene le promesse, la tua consulenza ben varrà i pochi euro che il tuo cliente paga per il prodotto.

Affermazione/Apprezzamento – *E' necessario garantire al cliente che tu dia valore al tuo rapporto. (devo far sapere perchè posso essere importante per lui)*

Devi assicurarti che il tuo cliente capisca che il valore non è legato agli utili. Abbiamo tutti l'impulso di soddisfare le nostre necessità, ma abbiamo bisogno anche di garanzie.

Influenza e Punti di Contatto *– Non puoi influenzare qualcuno con cui non mantieni un rapporto.*

C'è sempre qualcosa o qualcuno che influenza la gente. Ogni spot televisivo ed ogni annuncio pubblicitario sui giornali è progettato per influenzarti in qualche maniera.

Il mezzo d'informazione o l'azienda con la miglior capacità d'influenzare le decisioni del suo pubblico si aggiudica la quota di mercato. Vedi ad esempio la televisione o la Apple. Dovrebbe essere pertanto ovvio per te comprendere che se non contatti il tuo cliente, perdi la tua influenza su di lui. Ogni contatto è un potenziale punto di influenza e deve essere usato con saggezza.

Nuovi Prodotti *– Si mantengono i clienti interessati alla tua azienda introducendo nuovi prodotti.*

Una tecnica per mantenere i clienti è quello di introdurre nuovi prodotti o migliorare quelli esistenti. Questo ti da l'opportunità di un nuovo punto di contatto, e fornisce al cliente una ragione in più per restare con la tua azienda.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

@Copyright All rights reserved

Parte T
CORSI DI AGGIORNAMENTO RIVISTE FIERE

Giornali di settore - Corsi di aggiornamento - Fiere - News letters – Educational

Come in ogni lavoro, l'aggiornamento e' indispensabile per poter dare al cliente l'opportunità di capire che sei un professionista, non devi farti cogliere impreparato o, per lo meno, devi essere in grado di sapere come ricercare quanto il cliente ti sta chiedendo nel minor tempo possibile.
Il tuo non è un lavoro facile poiché il mondo cambia velocemente. Per fare un esempio una struttura che ha sempre funzionato bene basta che cambi al suo interno un direttore e la situazione si può capovolgere; idem se cambia lo chef in cucina oppure la proprietà...

Devi sapere quale nuova destinazione i tour operator stanno programmando... Devi conoscere quali nuove rotte vogliono lanciare o promuovere le compagnie aeree. Certo non potrai sapere tutto di ogni albergo o di ogni compagnia aerea, ma puoi tenerti informato il più possibile. Come fare ? Leggendo i giornali di settore, partecipando ai work shop degli enti del turismo, partecipando alle convention dei tour operator. Questo ti potrà aiutare e sicuramente sarai in grado di conoscere le ultime novità del mercato del turismo. Ogni informazione in più ti farà diventare un vero consulente ed esperto, saprai proporre ai tuoi clienti le novità e li saprai guidare meglio nella scelta della struttura e della destinazione che vorranno visitare.

Giornali di settore
Ovviamente tutto si può fare on line. Basta collegarsi al sito delle principali testate e gratuitamente iscriversi. L 'Agenzia Viaggi - Ttg - Turismo-attualità- Guida Viaggi sono forse i principali . Ogni giorno/settimana escono articoli interessanti da leggere. Qui puoi trovare le notizie aggiornate su ogni possibile novità, cambio di gestione, promozione in corso.
Ogni mattina la prima cosa da fare dovrebbe essere un aggiornamento veloce su questi articoli.

Corsi di aggiornamento
Periodicamente i tour operator organizzano corsi di aggiornamento sulle destinazioni che propongono. Questi corsi sono organizzati nelle principali città e molto spesso anche on line. Basta collegarsi alla piattaforma usata dal TO ed assistere per circa un'ora / un'ora e mezza alla lezione oppure rispondere all'invito che solitamente viene inviato via mail e partecipare di persona agli incontri nelle città.
A questi incontri viene descritta solitamente la località, le eventuali escursioni o i tour e tutto quanto è utile sapere per promuovere al meglio la destinazione.
Questi incontri talvolta vengono organizzati in collaborazione con gli enti del turismo oppure dagli enti stessi con i corrispondenti locali , il Ttg promuove spesso queste iniziative.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Fiere
Bit e TTG sono le fiere più importanti alle quali sarebbe utile partecipare. Si tengono una volta l'anno Bit a Febbraio a Milano Fiera - Ttg a Rimini ad Ottobre Qui hai la possibilità di incontrare di persona i personaggi del turismo siano essi tour operator, Dmc, enti del turismo, compagnie aeree e di navigazione, distributori di servizi per la parte contabile oppure il web o l'oggettistica ecc... Tutto gira per questi locali e essere partecipe di questi incontri è davvero indispensabile. Non puoi restare nel nostro orticello e sperare di rimanere informato sulle novità. Non puoi isolarti nella tua città perchè i contatti che si possono avere in questi luoghi sono davvero indispensabili, se non al momento magari nel futuro del tuo lavoro! Tutto è conoscenza e tutto è utile ...

News letter
Altra cosa da non trascurare è iscriversi ai siti dei tour operator che si usano maggiormente o agli enti del turismo per ricevere le newsletter che ti aiuteranno a rimanere aggiornato sulle novità' principali. Siano esse di carattere tecnico (offerte last minute e locandine) sia di carattere generico (ultime novità sulle destinazioni - nuove ricette in cucina - nuove aperture di locali trendy...) e perche' no aggiornare il blog o pubblicare queste notizie sui Social per condividere con i tuoi clienti quanto il mercato turistico offre.

Educational
Non ultimo e forse il miglior aggiornamento di tutti ... L' educational/ eductour/farm trip . Di cosa si tratta ? Sono viaggi organizzati da TO ed enti degli uffici turistici in collaborazione con hotel e compagnie aeree per far conoscere di persona le destinazioni agli agenti di viaggio. Fantastiche opportunità per visitare e quindi sapere meglio promuovere alla tua clientela i luoghi visitati. Tempo fa erano viaggi completamente gratuiti ora, spesso, c'è una partecipazione alle spese ma la quota è decisamente ottima se si pensa a quanto quel viaggio potrebbe costare al cliente finale.
Durante questi viaggi vengono mostrati gli hotel, vengono conosciuti i corrispondenti in loco, viene testato il trattamento delle compagnie aeree ... Non si tratta di vacanza ma di viaggi di lavoro con orari da rispettare ecc ma ti assicuro che sono utilissimi per la tua formazione !!

Come vedi le opportunità per conoscere di più sono innumerevoli e, se ci tieni realmente a quanto stai facendo, devi impegnarti per essere preparato ed aggiornato su quanto succede nel nostro settore !!

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

@Copyright All rights reserved

Parte U
CONTABILITA'

TIPOLOGIA DI PRATICHE

PACCHETTO da Tour Operator:

Quando compri un **pacchetto** dal tour operator (volo-soggiorno-trasferimenti…) In questo caso il prezzo è imposto dal tour operator e non è possibile modificare la quota al cliente E' la classica vendita di intermediazione. Il tour operator è responsabile, invia estratto conto per conferma di tutti i servizi richiesti ed emette autofattura per le provvigioni all'agenzia e fattura al cliente

SERVIZIO SINGOLO
Se vendi per esempio un SOLO hotel
Se vendi un **servizio singolo** il prezzo è imposto dal fornitore che può riconoscerti una provvigione.

ATTENZIONE questa tipologia vale quando si compra direttamente dalla struttura (quindi da un hotel diretto)

P.S. Se acquisti un hotel dai vari CRS arriva fattura 74 ter e quindi non è da inserire in servizio singolo ma viene imputato **a pratiche al netto 74 ter (ns organizzazione)** quindi devi aggiungere la tua commissione all'atto della rivendita al cliente finale.

Ricordati che gli hotel hanno iva al 10% da scorporare sulla tua provvigione.

BIGLIETTERIA:

Nel caso di biglietteria aerea le compagnie non riconoscono nessuna provvigione e quindi si applichiamo delle fee (oppure diritti agenzia) cioè il tuo margine di guadagno .

Queste fee, in base alla destinazione, possono essere o meno assoggettate a IVA

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

NOSTRA ORGANIZZAZIONE: 74 ter

Si utilizza "nostra organizzazione" in due casi :

– QUOTE NETTE da Tour Operator
Si riceverà dal tour operator una fattura di costo NETTA quindi senza nessuna provvigione e si farà al cliente una fattura ricaricata del margine e nel contratto apparirà il nome del TO come organizzatore.

E' anche possibile chiedere fattura al netto al tour operator per poter aggiungere altri servizi al pacchetto da TO, (accertarsi prima di fare la richiesta perchè non tutti i tpur opertor rilasciano estratto conto al netto) tipo parcheggio, auto a noleggio e altri servizi richiesti dal cliente.

– QUANDO ORGANIZZI un pacchetto al cliente finale. (Organizzazione)
In questo caso si organizza un pacchetto e si confermano diversi servizi: volo + soggiorno in hotel + trasferimenti + assicurazione + altri servizi a terra come richiesti oppure proposti al cliente

In questa soluzione tutti i servizi sono assemblati dal consulente e la RESPONSABILITA' è tutta del consulente/agenzia che ha costruito il pacchetto

Si ricevono le varie fatture dai fornitori al netto, si emette unica fattura al cliente maggiorata della propria commissione (mai sotto al 15-18%)

Sul contratto l'organizzatore sarà l'agenzia.

74 TER cos'è ? .

L'Art. 74 ter del D.P.R. 633/72 regolamenta la cessione dei pacchetti turistici e le modalità di applicazione dell'IVA secondo il principio "da base a base", che comporta la sottrazione dei costi per l'acquisto di beni e servizi dal corrispettivo pattuito dall'Agenzia di Viaggio o Tour Operator e pagato dal cliente (al lordo dell'IVA).

La differenza, risultante dallo scorporo dell'IVA al 22%, costituisce la base imponibile netta cui applicare l'aliquota ordinaria, nel caso delle prestazioni all'interno della UE. le prestazioni extra UE non sono considerate imponibili ai sensi dell'Art. 9 del D.P.R. 633/72

I singoli servizi che non configurano un pacchetto vanno trattati con IVA ordinaria.

Il regime I.V.A. delle agenzie di viaggi e turismo non è univoco ma varia a seconda del tipo di attività svolta

a) per le operazioni di intermediazione nelle quali l'agenzia, percependo come compenso una provvigione, si limita ad agire in nome e per conto dei clienti (quindi in relazione a prenotazioni di alberghi, vendita di biglietti di viaggio, ecc.)

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

L'I.V.A. si applica nei modi ordinari (detrazione imposta da imposta)

b) qualora l' agenzia di viaggio e turismo svolga attività di organizzazione in proprio di pacchetti sono sottoposte al particolare regime impositivo I.V.A. regolato dall'art. 74-ter del D.P.R. 26/10/72, n. 633

È il caso della cosiddettadetrazione base da base

Regime Ordinario: semplice intermediazione di pacchetti e/o servizi turistici, prestazioni varie, quali diritti di agenzia, rimborsi spese, ecc.. acquisto in nome proprio e per conto di clienti di servizi turistici. Tour Operator

Regime Speciale: organizzazione e vendita in proprio e tramite mandatari di pacchetti turistici, operazioni in proprio o tramite intermediari consistenti in prestazioni di servizi turistici non riconducibili ai pacchetti turistici, acquisto e vendita in nome e per conto proprio di pacchetti turistici

Il regime regolato dall'art. 74-ter del D.P.R. 26/10/72, n. 633 consiste nel confrontare il corrispettivo percepito dal cliente (al lordo dell'I.V.A. non esposta in fattura) con i costi, anch'essi lordi, sostenuti dall'agenzia per l'acquisto di beni e le prestazioni di servizi effettuati da terzi a diretto vantaggio dei clienti (albergatori, ristoratori, vettori, guide, ecc.).

RESPONSABILITA' DELL' AGENZIA

Prima di tutto è necessario chiarire bene quali soggetti sono coinvolti nella vendita dei **pacchetti turistici**

Essi sono tre. Vi è ***l'organizzatore*** (il tour operator), colui che crea il pacchetto e assembla gli elementi che compongono il viaggio (volo, soggiorno, trasferimenti, ecc); vi è poi il ***venditore*** del pacchetto, cioè i consulente/agenzia viaggi intermediaria alla quale solitamente ci si rivolge, che si attiene alle tariffe imposte dal tour operator dal quale riceve un compenso commissionale (che si aggira attorno al 10%). Infine c'è il ***cliente finale*** che acquista il pacchetto

La responsabilità nella maggior parte dei casi è riconducibile a chi ha organizzato il pacchetto, quindi al tour operator organizzatore, (che farà rivalsa sui singoli fornitori del servizio) e non a chi lo ha vendutoil pacchetto cioè l'agenzia.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

L'agenzia non è tenuta a rispondere verso il consumatore per l'inadempimento da parte del tour operator, né per l'inadempimento da parte dei fornitori dei singoli servizi inclusi nel pacchetto. Tuttavia, l'intermediario di viaggi **è responsabile** per qualsiasi inosservanza che commette nell'adempimento dei suoi obblighi, tra cui concludere in nome e per conto del cliente-consumatore un contratto che dovrà rispettare i requisiti previsti dalla legge, e attenersi alla scelta diligente in termini qualitativi dell'organizzatore turistico e del pacchetto.

Pertanto, avendo constatato che, come detto in precedenza, la vacanza e l'indice di gradimento sono sempre soggettivi, il presupposto ideale sarebbe che il consulente di viaggio sappia cogliere e riconoscere le reali esigenze del singolo cliente e proporre il viaggio sulla base di queste.

Discorso diverso ovviamente deve essere fatto quando il consulente di viaggio è effettivamente il soggetto organizzatore del viaggio, nel qual caso risponderà l'agenzia di viaggi nei confronti del cliente, la quale andrà a rivalersi sul consulente che ha organizzato il viaggio per tutti i danni patiti dal consumatore.

Concludendo:

Se il consulente/agenzia organizza viaggi e soggiorni in proprio e non per conto di eventuali tour operator, è responsabile in prima persona di eventuali inadempimenti, disservizi e danni nei confronti del cliente. Operando infatti in qualità di organizzatore del viaggio e non come intermediario si assume tutte le responsabilità che abbiamo citato nel paragrafo precedente riguardo i tour operator.

Se il consulente/agenzia viaggi svolge invece il ruolo di intermediario per conto del tour operator, sarà responsabile nei confronti del consumatore solo relativamente all'adempimento e allo svolgimento della propria attività. (esempio non ha comunicato un cambio operativo voli, non ha informato il cliente che per quella particolare destinazione è necessario il visto di ingresso ecc…)

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

@Copyright All rights reserved

Parte V
DIRITTI DEL CONSUMATORE

PACCHETTI TURISTICI

Tour Operator oppure agenzia di viaggi
I cosiddetti "pacchetti turistici" sono formule di vacanza tutto compreso, organizzate dai "tour operator" e posti in vendita al pubblico, per lo più tramite le agenzie di viaggio...oppure i pacchetti organizzati in proprio
L'agenzia è responsabile solo come mandatario (se pacchetto acquistato da to) oppure è sua responsabilità diretta se organizzato in proprio.

Revisione del prezzo
Acquistata la vacanza, può arrivare la sgradevole sorpresa di un aumento del prezzo se si acquista un pacchetto con volo charter oppure un viaggio con volo di linea dovuto all'aumento del petrolio oppure al cambio con la valuta estera
Tale aumento:
•non può in nessun caso intervenire negli ultimi 20 giorni prima della partenza;
•non può essere superiore al 8% del prezzo originario;
•deve essere giustificato da variazioni del costo del trasporto, del carburante, del tasso di cambio applicato o di diritti e tasse.
Se l'aumento supera il 8%, il consumatore ha diritto di recedere dal contratto senza penali e con la restituzione di tutte le somme già versate.
Trascorso indenne il 20° giorno prima della partenza, il consumatore ha diritto di partire senza maggiorazioni di prezzo.

Modifiche delle condizioni contrattuali
Se, prima della partenza, l'organizzatore o l'agenzia, comunicano la modifica di uno o più servizi compresi nel pacchetto, con eventuale variazione di prezzo, il consumatore può scegliere tra:
•accettare la modifica;
•recedere dal contratto (con restituzione delle somme già corrisposte);
•accettare l'offerta di un pacchetto alternativo, che può essere equivalente, superiore (senza

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

maggiorazione di prezzo) o inferiore (con rimborso della differenza).
La scelta deve essere comunicata entro due giorni lavorativi dal momento in cui si è ricevuta la comunicazione.

Disdetta prima della partenza
Il tour operator può annullare il viaggio (si parla di tour di gruppo con numero minimo), entro il termine indicato nel contratto, e con restituzione delle somme ricevute, se non raggiunge il numero minimo di partecipanti (purché questa condizione sia preventivamente indicata nel contratto).
Se invece è il consumatore a non volere o non potere più usufruire del pacchetto turistico acquistato, non può recedere, ma può cedere il contratto ad un'altra persona. (se non si tratta di pacchetti con volo di linea dove il cambio nome non è contemplato)
In questo caso, deve comunicarlo per iscritto entro 4 giorni lavorativi prima della partenza, indicando le generalità del sostituto.

Il contratto può però essere risolto – con esonero delle parti dalle rispettive obbligazioni - nel caso di sopravvenuta impossibilità di utilizzare la prestazione.

In tal senso si è pronunciata la Corte di cassazione in un caso di epidemia sviluppatasi nell'isola di destinazione (Cass. 24 luglio 2007 n. 16315)
Inoltre, rimane obbligato per il saldo, unitamente al nuovo acquirente.

Ritardi nelle partenze pacchetto con volo charter oppure volo di linea

Per pacchetti con volo charter
A volte, la ritardata partenza dell'aereo costringe il passeggero a trascorrere la prima giornata di vacanza in aeroporto anziché nella località prescelta. L'organizzatore, di solito, cerca di scaricare la propria responsabilità sulla compagnia aerea o sul gestore dell'aeroporto. Alcuni tour operator prevedono persino clausole secondo cui "l'orario di partenza è puramente indicativo", con conseguente esclusione di responsabilità a loro carico. È da ritenere che tali clausole siano illegittime. Infatti, nei viaggi organizzati "la data, l'ora e il luogo della partenza e del ritorno" sono elementi essenziali del contratto (art. 86, lettera g Codice del Consumo). Inoltre, la clausola appare vessatoria, in quanto limita la responsabilità dell'organizzatore per l'inesatto adempimento di una sua obbligazione. È quindi consigliabile confrontare, fra diversi cataloghi, non solo i servizi offerti e i prezzi, ma anche la regolamentazione delle responsabilità contenuta nelle clausole generali di contratto.

Per pacchetti con volo di linea
I pacchetti proposti con volo di linea difficilmente hanno modifiche sostanziali sugli orari dei voli pertanto se dovesse succedere un ritardo oppure over booking è sempre la compagnia che riprotegge il passeggero

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Turisti abbandonati in paesi lontani

Le cronache riportano casi di turisti abbandonati a se stessi. In questo caso, la causa è una sola: il tour operator non ha pagato i servizi ai suoi fornitori locali (albergatore, compagnia aerea) con la conseguenza che costoro interrompono la fornitura del servizio ai clienti dell'organizzatore inadempiente, cioè ai turisti, che, pur avendo pagato tutto anticipatamente, si trovano negato l'albergo o il trasporto per il viaggio di ritorno.

Un rimedio è rappresentato da quello che era il "Fondo nazionale di garanzia" ora sostituito da Fondi privati o Polizze Assicurative che l'agenzia è obbligata a stipulare. In caso di insolvenza o di fallimento del venditore o dell'organizzatore, consente il rimborso del prezzo versato ed il rimpatrio del consumatore, oltre al risarcimento dell'ulteriore danno (che deve essere richiesto entro 3 mesi dal rientro)

Disagi in loco

Giunti a destinazione, gli inconvenienti più frequenti riguardano le condizioni igieniche della struttura ricettiva o la classificazione alberghiera non corrispondente; cantieri aperti all'interno del villaggio; la spiaggia illustrata nel catalogo che risulta non disponibile perché privata; intossicazioni alimentari.

In tutti questi casi occorre ricordare che, oltre a quanto espressamente sotto scritto nel contratto, anche tutte le descrizioni e le illustrazioni contenute nel catalogo sono vincolanti per l'organizzatore, che anche sotto questo profilo, deve rispondere di ogni inadempimento e di ogni danno che ne consegue.

Il danno da "vacanza rovinata"

Se la qualità della vacanza viene pregiudicata dalla mancanza o inadeguatezza di alcuni servizi, il turista avrà diritto non solo al rimborso dei servizi mancanti, ma anche al risarcimento del danno derivante dalla frustrazione di quella aspettativa che era parte integrante del pacchetto (e che costituiva quel valore aggiunto che il tour operator aveva pubblicizzato).

Recentemente la Corte di Giustizia delle Comunità Europee (con sentenza 12/3/2002 c-168/00) ha stabilito che tra i danni risarcibili a favore del turista, nel caso di pacchetti turistici, vi siano anche i danni morali da vacanza rovinata. La giurisprudenza italiana, sino ad allora contraddittoria, si è subito adeguata a quel principio con numerose sentenze.

Non è facile tuttavia stabilire il danno da " vacanza rovinata " che può dipendere da veramente tantissimi fattori a volte troppo personali (cibo non buono, animazione non adatta...), a volte da fattori che dipendono da condizioni atmosferiche sfavorevoli ecc... Diverso è invece il caso in cui si riscontrano problematiche realmente casi gravi per mancanza di sicurezza o quant'altro.

Assicurazioni

Il tour operator è tenuto a dotarsi di una copertura assicurativa per la responsabilità civile verso il

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

consumatore per i danni alla persona o alle cose, come pure l'agenzia di viaggio per obblighi di legge
Nella vendita di un pacchetto turistico c'è l'obbligo per il tour operator/agenzia di viaggi di emettere una polizza medico bagaglio al turista mentre è facoltativa quasi sempre la polizza annullamento.
Poiché l'importo richiesto è in genere modesto, il consumatore può trovare comodo assicurarsi per prevenire eventuali future controversie con il tour operator, riguardo all'eventualità di rinuncia al viaggio e alle spese mediche all'estero.
La polizza annullamento copre le penali previste dal contratto in seguito a:
(leggere sempre attentamente le condizioni generali della polizza poiché variano a seconda della compagnia assicuratrice e dagli importi pagati)
•malattia, infortunio, decesso (dell'assicurato o del compagno di viaggio, del coniuge/convivente, di figli, genitori, fratelli, suoceri, generi, nuore, del Socio/Contitolare della Ditta dell'Assicurato);
•patologie della gravidanza;
•danni materiali a seguito di incendio o calamità naturali che colpiscano i beni dell'Assicurato ed impongano la sua presenza in loco;
•impossibilità a raggiungere, a seguito di calamità naturali, il luogo di partenza del viaggio organizzato;
•citazione in tribunale quale testimone o convocazione del Giudice Popolare pervenute successivamente alla data di decorrenza della garanzia.

La polizza a copertura delle spese mediche è particolarmente utile per i viaggi all'estero, ma valida anche per Italia ed Europa
In alcuni Stati, infatti, l'assistenza medica è particolarmente cara e a volte viene richiesto il possesso di una carta di credito senza limiti di plafond a garanzia del pagamento.
Normalmente, la copertura assicurativa riguarda i costi sostenuti durante il viaggio, quali: parcelle mediche, ricoveri ospedalieri, interventi chirurgici, medicinali (se prescritti da un medico), cure dentali a seguito di infortuni. Inoltre, alcune assicurazioni prevedono la prestazione di assistenza attraverso: consulenza medica telefonica, invio di un medico in casi di urgenza, segnalazioni di specialisti all'estero, trasporto sanitario, rientro dei familiari o del compagno di viaggio, rientro del convalescente, anticipo spese di prima necessità, invio medicinali, etc.

IMPORTANTE DA VERIFICARE SEMPRE LE CONDIZIONI DI POLIZZA PRIMA DI RISPONDERE ALLE DOMANDE DEL CLIENTE

L'assicurazione bagagli copre in genere i danni materiali e diretti derivanti da furto e scippo, rapina, incendio e mancata riconsegna da parte del vettore aereo. In alcuni casi sono assicurate anche le spese documentate che sia stato necessario sostenere per gli acquisti di prima necessità in conseguenza di un ritardo nella riconsegna del bagaglio per oltre 12 ore da parte del vettore aereo.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

In realtà, la maggior parte dei rischi (come lo smarrimento o il danneggiamento del bagaglio in aeroporto o la sua sottrazione in albergo) sono comunque sotto la responsabilità del Tour Operator. Ne consegue la minore esigenza di copertura assicurativa da parte del viaggiatore.
In ogni caso, occorre sempre tenere presente che le clausole contrattuali inevitabilmente variano tra una compagnia e l'altra. Occorre quindi sempre leggere attentamente le condizioni della polizza che viene proposta.

Formula "Roulette"
È una particolare modalità di offerta di pacchetti turistici da parte dei Tour Operator: a fronte di un prezzo inferiore da quello di catalogo, il turista accetta un margine più o meno ampio di incertezza relativo alla dislocazione dell'alloggio.
Nella prassi commerciale, tale formula si presenta in tre diverse forme:
a) Nell'ipotesi classica, e più diffusa, viene garantita la categoria della struttura ricettiva e la località turistica di soggiorno;
b) l'incertezza è limitata ad una rosa ristretta di possibili strutture ricettive preventivamente individuate (ad esempio, fra quelle presenti nel catalogo del tour operator per quella località);
c) il margine di incertezza viene viceversa ampliato, riservando al tour operator la facoltà di scelta non solo tra diverse strutture ricettive, ma addirittura tra diverse località turistiche, nell'ambito di un'area geografica determinata (ad esempio diverse località di una stessa isola).
In tutti questi casi, la sistemazione logistica viene individuata non al momento della conclusione del contratto, ma solo pochi giorni prima della partenza, e in alcuni casi, solo all'arrivo a destinazione.
La struttura ricettiva viene individuata all'ultimo momento, sulla base dell'invenduto delle varie strutture disponibili e delle disponibilità residue degli albergatori (di qualunque albergatore di quella – o di quelle – località, con l'unico vincolo della categoria garantita dall'organizzatore).
Perciò, il consumatore deve essere consapevole che, a fronte di un vantaggio economico, gli viene richiesto un certo margine di adattabilità: non ci sarà nessuna possibilità di concordare preventivamente l'individuazione della struttura, né, tanto meno, condizioni particolari (come la "vista mare", la distanza dalla spiaggia, o altro). In deroga al principio generale, ciò che compare sul catalogo non è vincolante per il tour operator, che non garantisce nulla di individuato, ma solo un determinato livello di servizi (categoria). Inoltre, qualunque eventuale impegno assunto verbalmente dal tour operator o dall'agenzia non ha alcun valore: se, ad esempio, nell'ambito di una formula roulette, si concorda una distanza massima dalla spiaggia, o la limitazione della scelta fra una cerchia ristretta di alberghi, è necessario che ciò formi oggetto di apposito impegno scritto e/o di una specifica clausola del contratto.
In caso contrario, non si potrà pretendere l'adempimento, né far valere una responsabilità per inadempimento, rispetto a promesse formulate solo verbalmente

Acquisti "on line"
La disciplina della vendita di pacchetti turistici, esaminata in questo capitolo, si applica, in modo identico a chi acquista "on line". Rimangono quindi invariati: il diritto all'informazione, le regole

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

relative alla revisione del prezzo, alla modifica delle condizioni contrattuali, alle responsabilità dell'organizzatore e del venditore del pacchetto per inadempimenti o danni.
In particolare, per quanto riguarda il diritto all'informazione, si ritiene che l'obbligo di rilasciare al consumatore una copia del contratto stipulato sia adempiuto con la possibilità di scaricare e stampare le condizioni generali di contratto nella forma integrale (cosa che è sempre consigliabile fare, prima di concludere il contratto, in modo da verificarne con calma tutte le condizioni). Se il sito che stiamo visitando non offre questa possibilità, probabilmente ha qualcosa da nascondere, e quindi è meglio lasciare perdere.

In secondo luogo, prima di concludere la transazione e prima di effettuare pagamenti "on line", è bene verificare preliminarmente chi sia il soggetto da cui stiamo per acquistare il servizio.
Può infatti essere semplicemente un Tour Operator o un' agenzia che operano anche sul web, ma potrebbe anche trattarsi di agenzie improvvisate, che operano solo tramite internet, magari senza alcuna autorizzazione amministrativa e senza alcuna garanzia verso i clienti, o, peggio ancora, puri e semplici truffatori.

Il primo rischio, infatti, è che l'interlocutore scompaia nel nulla dopo avere incassato il primo acconto (o magari l'intero prezzo richiesto in anticipo). Tieni presente che, in caso di problemi successivi, sarà molto più complicato, se non del tutto impossibile, fare valere i propri diritti se la controparte è solo virtuale oppure se ha sede nell'altro capo del mondo.
È quindi utile controllare che la pagina web indichi chiaramente una sede fisica del venditore, gli estremi della sua autorizzazione amministrativa, l'eventuale affiliazione ad un' associazione di categoria.
In questo modo, sarà anche possibile verificarne l'iscrizione al registro delle imprese della Camera di Commercio, e all'albo regionale delle agenzie di viaggio. L'assenza di queste indicazioni deve essere considerata come un preoccupante sintomo di scarsa serietà e di dubbia affidabilità dell'interlocutore.
Sarà utile, inoltre, verificare l'affidabilità del sito in quanto tale, esaminando quali soluzioni tecniche vi siano adottate sotto il profilo della sicurezza dei pagamenti e di tutela della privacy.
Oltre agli articoli da 82 a 100 del "Codice del Consumo (D.lgs. 206/2005) a chi acquista pacchetti turistici "on line", saranno applicabili anche le norme su contratti conclusi a distanza (Articoli da 50 a 61 Codice del Consumo).

In conclusione
In caso di disagi subiti in vacanza, è buona norma formulare la contestazione direttamente sul posto (meglio se per iscritto), rivolgendosi, se possibile, al rappresentante locale del tour operator. Se il problema non viene risolto, è possibile in ogni caso fare valere i propri diritti dopo il rientro, inviando una lettera raccomandata con ricevuta di ritorno al tour operator e in copia all'agenzia entro 10 giorni lavorativi. In questa prospettiva, sarà utile procurarsi elementi di prova sul posto (fotografie, testimonianze di altri turisti reperibili dopo il rientro, documenti).

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

TRASPORTO AEREO

Prenotazione e tariffe

I voli sono classificabili in voli di linea, previsti dagli orari delle compagnie aeree, e voli "charter", ossia voli a carattere occasionale noleggiati da organizzazioni turistiche.

Viaggiare sui "charter" non comporta particolari problemi di sicurezza, ma espone a maggiori rischi in ordine al rispetto degli orari e può creare problemi in caso di rinuncia, rimborsi, ecc. Inoltre è assai problematico ottenere la ri-protezione su voli coincidenti che in generale viene garantita su voli di linea della stessa compagnia.

Mentre i charter sono ordinariamente a classe unica, i voli di linea (non nelle brevi distanze) offrono almeno due classi: Prima (First) e Turistica (Y), e a volte una terza, intermedia, denominata "business" o con altri appellativi scelti dalla Compagnia. La classificazione è legata ai posti e al trattamento a bordo. Le classi di prenotazione sono invece legate ai livelli tariffari e possono essere molto più numerose in rapporto alle scelte commerciali operate dalle singole compagnie, a loro volta sollecitate dalla concorrenza. Tariffe particolarmente convenienti sono spesso vincolate a regolamenti particolari che è bene conoscere al momento della prenotazione. Ad esempio, i posti a tariffa agevolata sono quasi sempre in numero limitato; possono essere usufruibili solo se si vola con la medesima compagnia sia all'andata sia al ritorno; a volte non è consentito cambiare il volo o la data di ritorno a viaggio iniziato. Talvolta è prevista l'emissione del biglietto (e, quindi, il contestuale pagamento) entro 24/48 ore dalla prenotazione. Possono essere previsti limiti o esclusioni al rimborso in caso di rinuncia al viaggio. Le prestazioni accessorie offerte in volo (giornali, bevande, pasti, ecc.) sono incluse nel prezzo del biglietto, salvo vini e superalcolici, che sono di norma gratuiti solo sui voli intercontinentali.

Attenzione, però, ai voli "low cost": i prezzi bassi sono dovuti anche alla riduzione dei servizi a bordo, e quelli che ci sono, in genere sono sempre a pagamento.

l Regolamento UE n. 2004/261/CE del 11/2/2004 (in GU dell'UE del 17/2/2004, in vigore dal 17/2/2005)

Si tratta di un Regolamento comunitario (come tale direttamente applicabile nell'ordinamento interno degli stati membri senza bisogno di alcun atto di recepimento), che, in materia di trasporto aereo, disciplina i casi di negato imbarco; cancellazione del volo; ritardo nella partenza.

Fermi restando, nel caso di viaggi "tutto compreso", i diritti dei passeggeri stabiliti dalla Direttiva 90/314/CEE (recepita in Italia con D.Lgs. 111/95 ora sostituito dagli articoli da 82 a 100 del Codice del Consumo), tale regolamento si applica ai passeggeri di voli effettuati da vettori comunitari a condizione che almeno uno degli aeroporti di partenza e di arrivo sia situato nel territorio di uno Stato membro.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Per potersi avvalere dei diritti stabiliti dal Regolamento, il passeggero deve:

- disporre di una prenotazione confermata o esservi stato trasferito da altro volo per il quale aveva una prenotazione confermata;
- presentarsi all'accettazione (check-in) all'ora e secondo le modalità indicategli per iscritto,o in mancanza, almeno due ore prima dell'ora di partenza ufficiale.

Infine, il Regolamento non si applica ai passeggeri che viaggiano gratuitamente o ad una tariffa ridotta non accessibile al pubblico.
Tuttavia esso si applica ai passeggeri titolari di biglietti emessi nel quadro di un programma Frequent Flyer o di altri programmi commerciali dei vettori aerei o degli operatori turistici.

Overbooking e negato imbarco

L' overbooking è un fenomeno legato ad una prassi internazionale diffusa tra le compagnie aeree: poiché, statisticamente, risulta che per ogni tipo di volo si verifica una certa percentuale di rinunce da parte della clientela, le compagnie aeree pongono in vendita un numero di prenotazioni e di biglietti superiore a quello dei posti realmente disponibili, nella misura corrispondente alla percentuale delle rinunce statisticamente rilevate. Ciò consente alle compagnie di ripartire il costo del volo tra il maggior numero possibile di viaggiatori, evitando di fare lievitare il prezzo del singolo biglietto in previsione di probabili defezioni. Il sistema, però, proprio perché si basa su dati statistici, non sempre funziona alla perfezione. A volte, infatti, succede che le rinunce siano minori del previsto, e che, pertanto, ad uno o più passeggeri muniti di prenotazione e biglietto, venga negato l'imbarco a causa di un eccesso di prenotazioni.

Tale prassi, per quanto deprecabile, viene giustificata con la necessità di contenimento del costo del singolo biglietto, ed è espressamente legittimata, e disciplinata, dall'art. 4 del Regolamento UE 2004/261/CE.

•Rinuncia volontaria alla prenotazione. In virtù di tale normativa, in caso di overbooking, la compagnia aerea deve evitare, per quanto possibile, la scelta arbitraria dei passeggeri da escludere: a tal fine deve fare appello a eventuali volontari disposti a rinunciare spontaneamente alla prenotazione in cambio di "benefici"offerti dalla compagnia medesima.
Chi accetta di rinunciare volontariamente alla prenotazione, oltre ai suddetti "benefici",che rappresentano il "prezzo della rinuncia", ha comunque diritto di scegliere una fra le seguenti opzioni
a) rimborso entro 7 giorni del prezzo pieno del biglietto + volo di ritorno verso il punto di partenza iniziale non appena possibile;
b) imbarco su un volo alternativo verso la destinazione finale non appena possibile;
c) imbarco su un volo alternativo verso la destinazione finale in data successiva di suo gradimento, a seconda della disponibilità dei posti.

•Negato imbarco a passeggeri non consenzienti. Se, ciò nonostante, il problema non si risolve, la compagnia aerea può negare l'imbarco anche a passeggeri non consenzienti.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

In tal caso, al passeggero deve essere versato immediatamente un indennizzo ("compensazione pecuniaria") Art 7

Oltre all'indennizzo immediato, il passeggero non consenziente a cui viene negato l'imbarco ha diritto di scegliere fra le opzioni indicate dall'art. 8 (come nel caso di rinuncia volontaria):
a) rimborso entro 7 giorni del prezzo pieno del biglietto + volo di ritorno verso il punto di partenza iniziale non appena possibile;
b) imbarco su un volo alternativo verso la destinazione finale non appena possibile;
c) imbarco su un volo alternativo verso la destinazione finale in data successiva di suo gradimento, a seconda della disponibilità dei posti. Inoltre, ha diritto, a titolo gratuito,all'assistenza prevista dall'art. 9:
•pasti e bevande in congrua relazione alla durata dell'attesa;
•sistemazione in albergo qualora siano necessari uno o più pernottamenti, o qualora sia necessario un ulteriore soggiorno, oltre a quello previsto dal passeggero;
•trasporto tra l'aeroporto e il luogo di sistemazione;
•due chiamate telefoniche o messaggi via telex, fax o posta elettronica.

Cancellazione del volo
Nel caso in cui il volo venga cancellato, il passeggero può scegliere una tra le seguenti opzioni (art. 8):
a) rimborso entro 7 giorni del prezzo pieno del biglietto + volo di ritorno verso il punto di partenza iniziale non appena possibile;
b) imbarco su un volo alternativo verso la destinazione finale non appena possibile;
c) imbarco su un volo alternativo verso la destinazione finale in data successiva di suo gradimento, a seconda della disponibilità dei posti.
Inoltre, ha in ogni caso diritto, a titolo gratuito, a:
•pasti e bevande in congrua relazione alla durata dell'attesa;
•due chiamate telefoniche o messaggi via telex, fax o posta elettronica.Se poi il nuovo volo è previsto almeno un giorno dopo, il vettore deve anche fornire al passeggero, a titolo gratuito:
•sistemazione in albergo;
•trasporto tra l'aeroporto e il luogo di sistemazione
Infine, il vettore deve corrispondere al passeggero una "compensazione pecuniaria"(cioè un indennizzo) ai sensi dell'art. 7 del Regolamento

Tuttavia, la compensazione pecuniaria non è dovuta nei seguenti casi:
a) Se la cancellazione è dovuta a circostanze eccezionali e inevitabili anche con l'adozione di tutte le misure del caso, oppure:
b) Se il passeggero è stato avvertito della cancellazione del volo:
•almeno 2 settimane prima;
•almeno 7 giorni prima, con offerta di un volo alternativo con orario di partenza non più di 2 ore prima di quello previsto e arrivo con ritardo inferiore a 4 ore;

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

•meno di 7 giorni prima, con offerta di un volo alternativo con orario di partenza non più di 1 ora prima di quello previsto e arrivo con ritardo inferiore a 2 ore;
È sempre a carico del vettore l'onere della prova sulle cause di cancellazione, sulla loro inevitabilità e sulle informazioni date al passeggero.

Ritardo nella partenza
In caso di ritardo rispetto all'orario di partenza previsto, il vettore aereo operativo è tenuto a garantire ai passeggeri, a titolo gratuito:
•pasti e bevande in congrua relazione alla durata dell'attesa;
•due chiamate telefoniche o messaggi via telex, fax o posta elettronica. A tal fine, il ritardo che fa scattare il diritto di assistenza, è quello pari o superiore a:
a) due ore (per tratte fino 1.500 km);
b) tre ore (per tratte intracomunitarie superiori a 1 500 km e per tutte le altre tratte comprese tra 1 500 e 3 500 km) ;
c) quattro ore (per tutte le altre tratte aeree che non rientrano nei casi di cui alle lettere a) o b))

Se il ritardo è di almeno cinque ore,ciascun passeggero ha diritto di scelta fra una delle seguenti opzioni:
a) rimborso entro 7 giorni del prezzo pieno del biglietto + volo di ritorno verso il punto di partenza iniziale non appena possibile;
b) imbarco su un volo alternativo verso la destinazione finale non appena possibile;
c) imbarco su un volo alternativo verso la destinazione finale in data successiva di suo gradimento, a seconda della disponibilità dei posti.

Se l'orario di partenza è rinviato di almeno un giorno, il vettore deve fornire al passeggero, a titolo gratuito:
•sistemazione in albergo;
•trasporto tra l'aeroporto e il luogo di sistemazione.

Bagaglio

La Compagnia Aerea è responsabile del danno subito e il passeggero, come prevede la Convenzione di Montreal, ha diritto ad un risarcimento fino a € 1.433,49 (valore ott. 2015 – sito xe.com), salvo dichiarazione speciale di interesse effettuata dal passeggero al momento del check-in.

La denuncia di smarrimento deve essere effettuata dal passeggero all'aeroporto, presso l'apposito Ufficio Lost and Found, al momento della mancata consegna del bagaglio prima di lasciare l'area di riconsegna bagagli.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Inoltre il passeggero per avere diritto al risarcimento dovrà inoltrare richiesta alla Compagnia aerea entro i 21 giorni dallo smarrimento alla sede della Compagnia.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Parte Z

Aprire un'Agenzia di Viaggi

Assicurati di avere i pre-requisiti

È molto semplice: l'obiettivo di un'Agenzia di Viaggi è, innanzitutto, quello di generare profitti. Per fare ciò, deve vendere e per vendere deve competere in un contesto di mercato che evolve.

Non credere che sia un mercato difficile in sé, in fondo le società evolute investono risorse sempre maggiori nel settore "leisure & tempo libero" e poi c'è il business aziendale.

Se potessimo definire qual è il nostro "punto zero" per aprire un'agenzia... lo chiameremmo senza dubbio

PROFESSIONALITÀ + FORMAZIONE!

Questi sono i pre-requisiti per aprire un'agenzia di viaggi, comportano umiltà e capacità di confrontarsi, doti organizzative e di visione strategica, chiarezza di idee, ma anche competenze tecniche specifiche.

Partiamo dal presupposto che il Cliente Viaggiatore che si rivolgerà a te sarà molto preparato. Avrà probabilmente già una propria idea nella mente, questa aspettativa sarà il termine di paragone rispetto al quale valuterà la capacità di ascolto della tua forza vendita e il contenuto qualitativo, oltre che il prezzo, dell'offerta chet usaprai formulare.
Quando avrai di fronte il Cliente Viaggiatore, sarà la tua preparazione, oltre che la tua esperienza, a orientare la tua azione.
Ricordati che il sito non è un supermarket dove si scelgono le offerte a scaffale!
La prima cosa sarà comprendere esattamente per quale ragione il Cliente Viaggiatore è entrato nel sito ,questo aspetto gioca un ruolo fondamentale!
Non si può improvvisare, tieniti aggiornato e affida, se è il caso, la gestione di aspetti specifici a professionisti competenti.

Consideralo l'investimento più importante!

Nell'ambito della *legge quadro 17 maggio 1983, n. 217* le singole regioni italiane hanno legiferato in materia turistica definendo il ruolo del Direttore Tecnico dell'Agenzia di Viaggio, ruolo centrale oltre che obbligatorio per legge

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

In funzione delle diverse delibere regionali, la figura stabile del Direttore Tecnico può essere un dipendente o un collaboratore dell'Agenzia di Viaggio, sempre tuttavia una figura stabile

Per richiedere la licenza d'agenzia di viaggi on line (oppure su srada) occorre farsi rilasciare un'autorizzazione dalla Provincia ove avrà luogo l'attività e adempiere ad alcuni doverosi compiti. Le informazioni dettagliate sono disponibili presso gli uffici provinciali.

Ottenere un' autorizzazione rilasciata dalla Provincia Costituire un Deposito Cauzionale (Fidejussione) non per tutte le regioni e non per le agenzie on line.
Stipulare una Polizza Assicurativa
Stipulare il Fondo Garanzia *
Indicare un Direttore Tecnico
Scegliere un nome univoco nel territorio italiano

Optare per la costituzione di una società (srl spa ditta individuale..)
Dare comunicazione di inizio attività (registro imprese-agenzia delle entrate – inps - inail)
Fare denuncia di inizio attività al Comune dove avrà sede l'attività e alla CCIAA

Normalmente l'Agenzia incassa il 25% al momento della prenotazione ed il saldo deve essere versato a circa 30 gg dalla partenza. Il pagamento delle pratiche ai fornitori viene versato dopo il saldo del cliente. Questo aiuta contro eventuali problemi finanziari

La gestione contabile delle agenzie di viaggi è piuttosto complessa e non tutti i contabili conoscono le leggi che regolano il turismo. Affidati a persone competenti !

Dal programma gestionale dipende pressoché tutta l'attività quotidiana, sia del front sia del back-office! Il programma gestionale può essere interno od esterno all'agenzia: gestione dei clienti, delle pratiche di viaggio, dei documenti, di uno scadenziario per non perdere di vista nulla, amministrazione delle operazioni contabili. Ci sono diversi programmi gestionali specializzati per le agenzie. La scelta di uno strumento versatile, moderno e accreditato a livello nazionale tra i migliori è un investimento irrinunciabile per iniziare con il piede giusto!

Fondo Garanzia

Dal 1 Luglio 2016 le agenzie viaggi e tour operator hanno dovuto aderire a fondi di garanzia privati o sottoscrivere polizze assicurative in grado di sostituire la funzione svolta fino a tale data dal fondo di garanzia "pubblico" (ormai soppresso) di cui all'art 15 del Codice del Turismo.

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"

Il Fondo di Garanzia interviene per consentire, in caso di fallimento o di insolvenza dell'organizzatore o dell'intermediario, il rimborso del prezzo versato per l'acquisto del pacchetto turistico o consentire il rientro del turista.

Il Fondo di Garanzia interviene esclusivamente quando un **pacchetto turistico,** acquistato sul territorio nazionale da un organizzatore o intermediario legalmente operante ai sensi della vigente legislazione nazionale e regionale, non viene fruito in tutto o in parte a causa del fallimento o dell'insolvenza del venditore.

Speriamo che questo nostro percorso ti faccia raggiungere i tuoi obiettivi

Grazie per essere stato con noi !

Roberta ed Emanuela

Ideatrici del programma Consulente di Viaggi dalla A alla Z

Riproduzione vietata – tutti i diritti sono riservati a "Consulente di viaggi dalla A alla Z"