Dane Instytutu Turystyki pokazują, że na wakacje wyjeżdża już co drugi Polak, a odsetek osób korzystających z usług biur podróży rośnie w Polsce z roku na rok. Specjaliści z branży przewidują, że z powodu coraz szybszego tempa życia, oferta produktów turystycznych dostępnych przez telefon będzie się zwiększać.

Nowy kanał kontaktu z klientem. Szacuje się, że w tym roku wartość sprzedaży wycieczek wyniesie blisko 3,5 mld zł, a odsetek wyjeżdżających za granicę osób zwiększy się o 40%. Przy tak intensywnym rozwoju, biura podróży zmuszone są sięgać po nowoczesne kanały komunikacji z klientem takie jak call trading, który polega na telefonicznej sprzedaży wycieczek turystycznych. Od lat prowadzimy sprzedaż telefoniczną. Klient bez wychodzenia z domu może zasięgnąć informacji oraz dokonać zakupu, nie tracąc przy tym sporej ilości czasu na dojazd. Firma natomiast jest w stanie sprzedawać na terytorium całej Polski z jednego miejsca – twierdzi Małgorzata Kozakowska, dyrektor działu marketingu biura podróży Alfa Star. Call trading staje się więc szybką i praktyczną alternatywą dla tradycyjnej wizyty w punkcie obsługi klienta.

Szybko i skutecznie. Kanał sprzedaży telefonicznej jest nie tylko jednym z najtańszych, ale także najbardziej skutecznych form sprzedaży. W zeszłym roku najwięksi touroperatorzy sprzedali ponad 1 mln 218 tys. wycieczek zagranicznych. Narzędzie call trading umożliwia dotarcie i przedstawienie oferty wyjazdu takiej ilości klientów w niespełna dwa tygodnie. „Dziennie docieramy nawet do 100 tysięcy potencjalnych nabywców, a blisko 75% klientów dokonuje u nas kolejnego zakupu, co przy tak ogromnym zainteresowaniu wyjazdami na wakacje może mieć znaczny wpływ na poziom sprzedaży”- mówi Jarosław Stępkowski, dyr. działu handlowego CTDP, lidera telesprzedaży w Polsce.

Call trading pełen możliwości. Sprzedaż telefoniczna z powodzeniem stosowana jest w firmach, które rozumieją, że miarą efektywności kanału sprzedaży jest masowe dotarcie, w krótkim czasie z ofertą do potencjalnych klientów. Czynnikiem sprzyjającym rozwojowi tego kanału jest także jego elastyczność. „Ta forma sprzedaży kryje w sobie ogromne perspektywy rozwoju. Jest tania we wdrożeniu a przy tym efektywna. W ciągu kilku dni możemy opracować i wdrożyć system sprzedaży konkretnego produktu” – dodaje Jarosław Stępkowski. Wprowadzenie takich usług jak sprzedaż przez telefon z możliwością kredytowania wycieczek, stanowi o konkurencyjności touroperatora na branżowym rynku. Biura turystyczne coraz chętniej korzystają więc z takich form sprzedaży, będąc tym samym o krok dalej od innych sektorów rynkowych.

Potencjał call trading. W wyniku trwających przemian społeczno – gospodarczych zmieniło się znaczenie kontaktu z klientem, a coraz więcej firm zmuszonych jest sięgać po nowoczesne rozwiązania biznesowe. Działania takie podyktowane są możliwością minimalizacji kosztów prowadzenia działalności gospodarczej. Narzędzie call trading od lat stosowane jest w krajach wysoko rozwiniętych. Wydaje się, że w niedługim czasie sięgnie po nie coraz więcej krajowych firm. Eksperci prognozują, że kolejne kierunki ekspansji tego sektora w ciągu najbliższych lat to między innymi finanse, energetyka i wydawnictwa.

europort media