

W pierwszym kwartale 2012 roku sieć biur turystycznych Ostatniemiejsca.pl będzie miała 75 placówek. Do końca roku firma zamierza mieć ich ponad 100.

Aktualnie w sieciach spółki funkcjonuje 70 biur turystycznych. Część z nich działa on-line, a część stanowi stacjonarne agencje podróży, które działają równolegle w sieci. – W 2012 roku chcemy wzmocnić naszą obecność w Internecie. Będziemy rozwijać grupę partnerów działających on-line oraz zmodyfikujemy systemy IT. Wdrażamy nowe rozwiązania, które uprosczą i przyspieszą system rezerwacji oraz zakupu ofert. Spółka powołała również przedstawicieli regionalnych, którzy pomagają nowym franczyzobiorcom wdrożyć się w biznes. Jest to kontynuacja polityki współpracy między partnerami, dająca korzystną synergii działań wszystkim uczestnikom systemu. – mówi Tomasz Kozikowski, prezes spółki Ostatniemiejsca.pl.

Firma ogranicza własną sprzedaż usług turystycznych przesuwając ją do oddziałów partnerskich. Dzięki temu ułatwia franczyzobiorcom generowanie zysków, a nowym partnerom szybszy zwrot z inwestycji. Centrala skupia się na rozwoju sieci i innowacjach, które wzmocnią pozycję spółki na rynku Ostatniemiejsca.pl w Internecie i na tradycyjnym rynku

W ubiegłym roku wartość sprzedanych wycieczek wzrosła o ponad 50 proc. W I kwartale 2012 firma podpisze umowy z pięcioma partnerami. Wiele wskazuje, że trzech wybierze biznes on-line, natomiast reszta poprowadzi także biura stacjonarne.– Rynek e-commerce staje się coraz bardziej popularny w branży turystycznej. Jednak większość turystów, woli kupować wycieczki w tradycyjny sposób. Rozwój mobilno-internetowego konceptu franczyzowego oraz tradycyjnych biur to nasza odpowiedź na potrzeby klientów. Chcemy w ten sposób stopniowo przyzwyczajając ich do zalet zakupów przez Internet, pokazać, że ta forma jest równie bezpieczna, a przy tym wygodniejsza – mówi Tomasz Kozikowski.

Franczyza z siecią Ostatniemiejsca.pl

Koszt inwestycji w tradycyjne biuro podróży wynosi 12,5 tys. zł, a w koncept internetowy ostatniemiejsca.pl-NET – 14,5 tys. zł netto. Wsparciem dla franczyzobiorców są m.in. szkolenia w zakresie: obsługi klienta, wiedzy o produkcie oraz obsługi narzędzi wykorzystywanych przez sieć. Partnerzy sieci biorą również udział w zagranicznych study tourach, które pozwalają poznać miejsca wypoczynku klientów.

Ostatniemiejsca.pl