



Ünite 4: Tur Operatörleri ve Tur Operatörlerinin Çalışma Düzeni



Giriş

Turizm endüstrisinin toptancıları olarak da adlandırılan tur operatörleri aynı zamanda bu endüstrinin etki gücü en yüksek oyuncularındandır. Çünkü hizmet verdikleri binlerce bazen de yüz binlerce turisti destinasyonlara yönlendirme ve konaklama tesislerinin doluluk oranlarını bu sayede artırabilme güçleri bulunmaktadır. Bilindiği üzere turizm ürünleri çoğunlukla soyut ağırlığı olan hizmet ürünlerinden oluşur ve “zamanında satış” ve “zamanında kullanım/tüketim” bu sektörde çalışan özellikle ulaştırma, konaklama ve yeme-içme işletmeleri için yaşamsal önem taşımaktadır. Örneğin bir uçak oldukça yüksek maliyetli bir ulaşım aracıdır ve ekonomik ömrü boyunca mümkün olduğu kadar uçmak ve havada kalmak zorundadır. Bir uçak ne kadar uzun süre yerde kalırsa maliyeti ve işletmeci firma zararı o kadar yüksek olacaktır. Uçağın sadece havada olması yeterli değildir, aynı zamanda mümkün olduğu kadar az boş koltukla ve yüksek yolcu yüklemeye faktörü ile uçuşması gerekir. Dolayısıyla bir uçak için satılmayan her koltuk firmanın zararı ve kaybidir. Bu nedenle, yüksek doluluk oranlarına sahip olmalıdır.

Tur operatörleri yukarıda sıralanan üç temel işletme grubunun doluluk oranlarının artırılması bakımından son derece önemli rol oynarlar. Örneğin, bu işletmelerin sahip oldukları ya da kiraladıkları charter uçuşları neredeyse %100 dolulukla uçarlar, aynı şekilde tur operatörleri ile işbirliği yapan konaklama işletmelerinin doluluk oranları çok önceden bir anlamda garantilenmiştir.

Genel Olarak Tur Operatörleri

Seyahat sektöründe tur operatörleri ya da tur toptancıları diğer sektörlerdeki toptancılara benzer. Turizm sektöründe önceden hazırlanan ve bir araya getirilen turistik hizmetlerden oluşan paket tur üretimi ve satışı ile ilgilenen, bir tür aracı konumunda olan işletmelere tur operatörleri adı verilmektedir. Bu işletmeler, turizm sektöründeki hizmetleri ve seyahat ürünlerini büyük hacimlerde satın alarak tatil paketi hazırlar ve bu tatil paketini tüketiciye doğrudan kendileri ya da seyahat acentaları kanalı ile satarlar.

Tur operatörleri turizm sektöründeki değişik hizmetleri organize ederek, turistik ürünün üreticisi olan işletmelerle müşteriler arasında aracılık yaparlar. Bu işletmeler genel olarak, turist için hazır bir paket tatil oluşturmak amacıyla temel turistik hizmetleri, diğer yan hizmetlerle bir araya getirip, anlaşmalar yapan ve bu hizmetleri hazırladıkları kataloglar ve broşürler ile turistlere pazarlayan kuruluşlardır. Tur operatörü işletmeler, turistik ürünlerini genellikle destinasyona olan gidiş-dönüş şeklinde ulaştırma, gezi boyunca konaklama, yeme-içme, günübirlik geziler, rekreasyon, eğlence ve benzeri hizmetleri belirli bir fiyatın kapsayacağı şekilde oluşturur ve tüketiciye arz ederler.

Tur Operatörlerinin Seyahat ve Turizmdeki Yeri

Dünyada tur operatörlüğünün ortaya çıkmasında iki önemli gelişme ya da eğilim görülmüştür. **Birincisi;**

geleneksel seyahat acentalarının faaliyet alanlarını ve kapasitelerini genişletmeleri sayesinde firma yapılarının gelişmesi ve büyüyerek tur operatörü durumuna gelmeleridir. Örneğin, dünyada seyahat acentalığı faaliyetlerini ilk gerçekleştiren firma olan Thomas Cook daha sonra gittikçe büyüyerek büyük bir tur operatörü durumuna gelmiştir. Günümüze kadar birçok büyük tur operatörü bu sayede ortaya çıkmış ve gelişmiştir. Dünya genelinde en fazla tanınmış bu tur toptancılarından bazıları; Cartan, Maupintour, Unitours, Trade Wind Tours, Mc Kenzie Travel ve TUI'dir.

Tur operatörlüğü alanındaki **ikinci eğilim** ise turizm sektörünün gösterdiği büyük gelişme nedeni ile endüstrinin büyük firmalarının seyahat sektörüne ilgi duymaları nedeni ile tur operatörlüğü alanına girmeleridir. Örneğin, İngiliz Thomson Şirketi köken olarak bir elektronik firması olmasına karşın İngiltere'nin en büyük tur operatörlerinden biri olarak da faaliyet göstermektedir.

Tüm dünya genelinde gelişen turizm hareketleri sonucunda hizmet çeşitlerinin de artması, bu alanlarda uzmanlaşma gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Bugün için başlı başına bir hizmet-turistik ürün olan paket turların düzenlenmesi, seyahat acentalarını da üretici olmaya yöneltmiştir. Bu nedenle, sadece seyahat üretimi ile uğraşan işletmelere tur operatörü ya da seyahat düzenleyicileri adı verilmeye başlanmıştır. Böylece 1975'ten beri, Avrupa'daki seyahat acentaları büyük çaplı ve kapsamlı tur düzenleme işini tur operatörlerine bırakmışlar, kendileri de bu ürünlerin satışlarını üstlenmişlerdir. Ulaştırma biletçiliğinin kâr marjının oldukça düşük olması nedeniyle de seyahat acentaları hazır paket tur satışı konusunda aracı olmaya yönelmişlerdir.

Tur Operatörlerinin Özellikleri

Tur operatörlerinin turizm dağıtım sistemi içindeki en önemli rolü; tüketiciler açısından rahat, güvenli ve nispeten ucuz bir tatil olanağı sağlamak, üreticiler için ise satış, pazarlama ve iletişim çabalarının maliyetlerini azaltmaktır. Tur operatörlerinin bir seyahat ürünü hazırlamak için çeşitli turistik hizmetleri ve elemanları önceden planlaması ve bulması gereklidir. Tur operatörleri bu sayede, talep oluşmadan önce otel, uçak şirketleri ile rezervasyon anlaşmaları ve satın almaları yaparak bir risk yüklenirler. Bu aracı işletmeler paket turların hammaddelerini oluşturan konaklama tesislerinin odalarını, uçakların ya da diğer ulaşım araçlarının koltuklarını ve restoran vb. hizmetleri önceden bulmak, gerekli anlaşmaları yapmak ve ileride satmak amacı ile stok yapmak zorundadır. Dolayısıyla bir tur operatörünün temel amacı, bir tatil sırasında yararlanılacak olan bütün olası hizmetleri bir araya getirerek bir turistik hizmet ürünü oluşturmak ve bu ürünü satmaktır. Üretilen bu paket turlar, doğrudan ya da seyahat acentaları tarafından turistik tüketiciye satılmaktadır.

Tur operatörü; bir turun planlanması, hazırlanması, rezervasyonu, maliyetinin saptanması gibi temel fonksiyonları yerine getirir. Seyahatle ilgili bütün



Ünite 4: Tur Operatörleri ve Tur Operatörlerinin Çalışma Düzeni



hizmetlerin bir araya getirilip müşteriye belirli bir fiyattan satılması için tur operatörü, ya kendi satış büroları ya da seyahat acentaları kanalı ile dağıtım görevi verir. Tur operatörlerinin seyahat acentalarına göre farklılığı iki temel alanda ortaya çıkar:

- Tur operatörü seyahat hizmetlerini birleştirerek oluşturduğu paket tur şeklindeki turistik ürünü sunar. Bu nedenle, seyahat acentaları perakendeci aracı; tur operatörü ise toptancı aracı, hatta bir anlamda üreticidir.
- Tur operatörü konaklama ve ulaştırma sektörü ile talep beklentisine göre sözleşme yaptığı için otelcinin ve taşıyıcının riskini üstlenmiş olur. Oysaki seyahat acentasının bu tür bir riski yoktur.

Tur operatörleri ile seyahat acentaları arasındaki diğer farklılıklar genel olarak aşağıdaki konularda görülür:

- Tur operatörü üretici-aracı, seyahat acentası ise yalnızca aracı fonksiyonu yürütür.
- Tur operatörü üretici işletmelerden satın aldığı hizmet ürünlerini stoklar ve daha sonra pazarlar, seyahat acentası ise bu ürünleri önceden satın alarak stoklayamaz.
- Tur operatörünün turistik ürünleri satış riski vardır, seyahat acentasının sunduğu hizmetlerde fazla satış riski yoktur.
- Tur operatörü seyahat sektörünün toptancısıdır, seyahat acentaları ise perakendeci işletmelerdir.
- Tur operatörü talep oluşmadan ürün hazırlar, stoklar ve daha sonra pazarlama ve satışını yapar. Seyahat acentaları ise fiili talep oluşmadan rezervasyon ve satış yapmaz.

Tur operatörleri, turizm işletmeleri ile bunlardan yararlanmak isteyen müşterilerin daha kolay bir şekilde karşılaşmalarına yardımcı olan araçlardır. Bu işletmeler uluslararası turizmin ve özellikle kitle turizminin gelişmesine önemli katkılarda bulunmuştur.

Tur Operatörlerinin Fonksiyonları

Tur operatörleri turistik ürünlerin üreticileri ve tüketicileri arasında bir anlamda köprü görevi yerine getirdiği için her iki tarafa da önemli avantajlar sağlar. Tur operatörleri müşterilerine aşağıda belirtilen avantajları sağlar:

- Rahatlık (bütün seyahat aşamalarının bir işletme tarafından üstlenilmesi ile),
- Güvenirlilik (konusunda uzman ve tanınmış bir firma ile çalışmak sayesinde),
- Zaman tasarrufu (zaman kayıplarının ve seyahat formalitelerinin en az indirilmesi ile),
- Ekonomiklik (bireysel seyahatlere göre aynı hizmetlerden daha düşük fiyata yararlanarak).

Tur operatörlerinin üretici açısından sağladığı avantajlar ise iki temel alanda ortaya çıkar:

- Tur operatörleri önemli oranlarda, blok satın alma ve rezervasyon yaptığı için hizmet işletmelerinin doluluk oranlarını arttırmaları.

- Tur operatörleri önceden satın aldığı hizmetler için, hizmet satın aldığı üretici işletmelere ön ödeme yaparak finansal (parasal) kaynak sağlar. Bununla birlikte, tur operatörlerinin yüksek miktarlarda alım yapması ya da rezervasyon yapması ilgili işletmelerin tur operatörlerine olan bağımlılığını da artırır.

Tur operatörleri turizm faaliyetleri ve genel olarak turizm endüstrisi için de aşağıda belirtilen bazı temel fonksiyonları yerine getirir.

- Konaklama ve seyahat işletmelerinin doluluk ve kapasite kullanım oranlarını arttırmaları.
- Üretici işletmelerin pazarlama ve satış maliyetlerini azaltmaları.
- Tüketicilere seyahatleri hakkında bilgi kaynağı oluştururlar.
- Araçların karşılıklı olarak pazar maliyetlerini azaltmaları.
- Tur operatörü tüketicinin ürün maliyetini düşürür, tüketiciye yarar sağlarlar.
- İşletmeler arasındaki rekabeti geliştirirler. Rekabet sonucu düşen tatil fiyatı, tüketicilerin paket tur satın almalarını teşvik ederler.
- Turizm hareketlerinin kitlesel boyut kazanmasını sağlarlar ve böylece kitlesel ulaşım araçlarının gelişmesine katkıda bulunurlar.
- Değişik ülkeler ve bölgeler hakkında ayrıntılı bilgi ve deneyim sahibi olmaları müşterilerinin tatil alternatiflerini artırır.
- Müşterilerine büyük işletmelerin ve markaların sağlayabileceği güveni verebilirler.
- Çok sayıda turisti değişik bölgelere yönlendirerek özellikle yeni açılan turizm merkezlerinin hızla gelişmesini sağlayabilirler.

Tur Operatörlerinin Sınıflandırılması

İşletme yapıları bakımından uluslararası alanda dört çeşit tur operatörü faaliyet göstermektedir:

- **Birincisi**, bağımsız tur operatörleridir. Bu operatörler bireysel ya da çok uluslu şirket şeklinde örgütlenebilir. Bu gruba en belirgin örnek Amerikan Express'tir.
- **İkinci kategoride** tur operatörü olarak faaliyet gösteren seyahat acentaları yer alır. Bu acentalar tur paketleri oluşturur ve bu paketleri kendi müşterilerine ya da diğer tur toptancılarına sunar.
- **Üçüncü kategori** diğer bir işletmenin yan faaliyeti olarak faaliyet gösteren tur operatörleridir. Bu işletmeler genelde hava yolu şirketlerine aittir ve onlar tarafından çalıştırılır (ABD'nin United Airlines ve Qantas şirketleri bu grubun en belirgin örneğidir).
- **Dördüncü kategoriye** ise oluşturdukları ürünleri yalnızca kendi üyelerine satan seyahat kulüpleri ve teşvik seyahati işletmeleri oluşturur.



Ünite 4: Tur Operatörleri ve Tur Operatörlerinin Çalışma Düzeni



Turizm hareketlerinin boyutlarının genişlemesi ve değişik turizm çeşitlerinin ortaya çıkması sonucu, tur operatörleri belirli alanlarda, yörelerde ve hizmetlerde uzmanlaşmaya başlamışlardır. Bu *uzmanlık ve faaliyet alanlarına göre tur operatörleri*; Turizmin amacına, hedefine ve çeşitlerine göre; Coğrafi bölgelere göre; ulaşım aracı türüne göre; özel pazarlarda uzmanlaşan; kitlesel pazarlarda uzman; turizmin özel alanlarında uzman ve teşvik pazarı konusunda uzman tur operatörleri olarak sınıflandırılabilir.

Hizmet türüne göre tur operatörleri; grup tur operatörleri; perakendeci tur operatörleri ve her iki tip tüketiciye tur satışı yapan operatörler olarak sınıflandırılabilir.

Bu sınıflandırmalara ilave olarak *çalışma türüne göre tur operatörleri de*; yurt dışına dönük operatörler; ülkeye turist getiren operatörler ve bağımsız operatörler olarak sınıflandırılabilir.

Tur Operatörlerinin Faaliyetlerini Etkileyen Faktörler

Turizm endüstrisinin önemli bir unsuru olan ve turizmin gelişmesinde büyük katkıları olan tur operatörlerinin günümüzde ve gelecekte etkilenmesi olası faktörler ve gelişmeler aşağıda kısaca açıklanmıştır.

Sektör ve devlet tarafından getirilecek olan düzenlemeler ve yasalar: Ulusal ve uluslararası alanda turizm sektörü ile ilgili olarak çıkarılan yasalar ve yönetmelikler bazen tur operatörlerinin faaliyetlerini önemli ölçüde etkileyebilmektedir. Özellikle deneyimsiz tur operatörlerinin sayısı arttıkça turizm alanında yasal düzenlemelerin artırılmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

Hizmet üreticilerinin sağladığı indirim oranlarındaki sınırlamalar: Turistik mal ve hizmetlerin üreticisi olan işletmeler, eğer kendi hizmetlerinin müşterilere doğrudan ya da seyahat acentaları aracılığı ile satılma şansı varsa, bu olanakları tur operatörlerine blok hâlinde ve indirimli olarak satmak istememektedirler.

Hizmet üreticilerinin rekabetçi tur paketleri: Turistik mal ve hizmetlerin üreticisi olan işletmeler ve özellikle konaklama işletmeleri kendi ürünlerine tamamlayıcı işletmeler olan havayolu, karayolu ve denizyolu paketlerini de katarak kendi ürünlerini zenginleştirmeyi amaçlama eğilimindedir. Bu durum hizmet üreticilerinin bu paketleri tur operatörlerinin aleyhine doğrudan müşterilerine satması ile sonuçlanabilecektir.

Hizmet üreticilerinin düşük bireysel fiyatlar uygulama olasılığı: Hizmet işletmelerinin uygulayacağı indirimli ya da düşük fiyatlar seyahat edenleri bu ürünlerin bir paket olarak tur operatörlerinden satın alınması konusunda caydırıcı etki yapabilecektir.

Seyahat alışkanlıklarında meydana gelen değişimler: Dünya genelinde ya da bölgesel olarak meydana gelen enerji sıkıntısı, yaşam pahalılığı ya da diğer nedenlerden dolayı insanların seyahat alışkanlıklarında meydana gelebilecek değişimler tur operatörlerini olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilir. Örneğin, bazı dönemlerde

yükselen petrol fiyatları insanların uzun mesafeli seyahatler yerine, daha yakın bölgelere seyahat etme eğilimini artırmıştır.

Tur Operatörlerinin Çalışma Düzeni

Tur operatörleri diğer seyahat acentalarından farklı bir faaliyet düzenine ve faaliyet programına sahiptir. Bu faaliyetler herhangi bir tur programının fiili olarak başlamasından yaklaşık olarak 2-2,5 yıl öncesine kadar uzanır. Çünkü tur operatörleri hem üretici işletmeleri önceden arayıp bulmak ve onlarla gerekli anlaşmaları yapmak böylece tatil ve tur paketleri oluşturmak hem de bu ürünleri satabileceği müşteri gruplarına yönelik çalışmalarda bulunmak ve fiilen de turları yönetmek durumundadır. Bu amaçlara göre tur operatörlerinin faaliyetlerini; *araştırma ve planlama, anlaşmaların düzenlenmesi, yönetim, pazarlama ve operasyon* aşamaları oluşturmaktadır.

Tur Operatörlüğü Alanında Mesleki Olanaklar

Gün geçtikçe hızlı bir şekilde büyüyen tur endüstrisi bu faaliyet alanına girmek isteyenler için uygun mesleki kariyer olanakları sağlar. Bunlar aşağıda kısaca açıklanmıştır.

Rezervasyon elemanı (rezervasyonist): Rezervasyon elemanlarının temel görevi, tur operatörünün düzenlediği turlarda yer ayırtmak isteyen seyahat acentalarından gelen telefon, telex, faks vb. mesajları almaktır. Rezervasyon elemanları ayrıca bilgisayar aracılığı ile yapılan rezervasyonları da izlemek durumundadır ve telefonla ya da yazılı olarak rezervasyon onayı (confirmation) verirler ve alırlar. İyi bir rezervasyon görevlisi, düzenlenen turlarla ilgili olarak tam bir bilgi sahibi olmalıdır.

İşletme içi elemanlar: Bu pozisyon seyahat acentaları ve müşterilerle doğrudan ilgili değildir. Bu elemanlar düzenlenen turların durumunu değerlendirmek, odalama (rooming list) ve yolcu listeleri (passanger list) hazırlamak için rezervasyon görevlileri ile bağlantılı olarak çalışırlar. Bu elemanların diğer görevleri arasında konfirmasyonla ilgili yazışmaların seyahat acentalarına ulaştırılması ve yolcuya verilecek olan tur dokümanlarının hazırlanması gibi görevler yer alır.

Rezervasyon müdürü (supervisor): Bir rezervasyon elemanının, sektördeki konumu rezervasyon müdürü pozisyonuna yükselebilir ve bütün rezervasyon elemanlarını ve işlemlerini kontrol etme görevi olabilir. Bu denetimci bütün yeni rezervasyon elemanlarını işe alma, eğitime ve onlarla görüşme yapma gibi sorumluluklara sahip olacaktır. Grup rezervasyonları ve önemli müşterilerle ilgili düzenlemeler genellikle yeni rezervasyon elemanlarından çok bu denetimciler tarafından yürütülür.

İşletme müdürü: Diğer bir denetim görevi de, işletme içi elemanların kontrolü ve yönlendirilmesi sorumluluğu ile ilgili işletme müdürlüğüdür. İşletme müdürü binadaki ya da bürodaki kendine bağlı bütün elemanların çalışmalarından sorumludur.



Ünite 4: Tur Operatörleri ve Tur Operatörlerinin Çalışma Düzeni



Diğer işletme içi görevler: Tur operatörlüğü alanında yer alan diğer işletme içi görevler; seyahat acentaları tarafından rezervasyonu yapılan özel ilgi grupları ile ilgilenen grup koordinatörü, muhasebe elemanları ve maliyet uzmanlarıdır.

Tur Yönetimi ile İlgili Görevler

Bir tur yöneticisi gün-gün, hatta dakika-dakika rehberli bir turun operasyonundan sorumludur. Bir tur yöneticisinin başarısı, turları iyi ve sorunsuz yönetmesine ve tamamlamasına bağlıdır. Tur yöneticileri; *turlarla ilgili olan işletmelerle pazarlık ve anlaşmalar yapabilme, turlarla ilgili hesaplamaları yapabilme, tur planlaması yapabilme* gibi yetenekler yanında *sabırlı ve gayretli olabilmelidir*. Akıcı bir şekilde bir ya da birkaç yabancı dil bilgisi, bir tur operatörü için dış ülkelere düzenlenen turlar açısından büyük önem taşır. Tur yöneticisi, bu alanda tam gün çalışan bir görevli olmakla birlikte, bu konuda tur rehberliği ve tur organizatörlüğü gibi yarı-zamanlı görevler de vardır.

Tur Operatörlüğü ile İlişkili Diğer Alanlardaki Görevler

Tur operatörlüğü ile ilişkili olan diğer alanlar;

- Hava yolu firmaları,
- Oto kiralama firmaları,
- Seyahat acentaları ve
- Bağlantılı seyahat acentalarıdır.

Hava yolu firmalarına bağlı görevliler; rezervasyon satış ajanı, uçuş görevlileri, güvenlik görevlileri, biletleme görevlileri, terminal görevlileri, resepsiyonist ve host/hostestir. *Oto kiralama firmalarına* bağlı görevliler; rezervasyon görevlisi, oto-kiralama banko görevlileri, servis ve bakım görevlileridir. *Seyahat acentalarına* bağlı görevliler; resepsiyon görevlisi, sekreterler, seyahat ajanı ya da danışmanı, büro elemanları, satış ve müşteri temsilcileri, transperciler ve muhasebe elemanlarıdır. *Bağlantılı seyahat acentalarına* bağlı görevliler; rezervasyon görevlisi, biletleme elemanı, bagaj elemanları, tur rehberleri ve eşlikçiler, büro elemanları ve transpercilerdir.

Seyahat Sektöründe Mesleki Yeterlikler

Seyahat aracılığı işinin aşırı derecede rekabetçi bir yapıya sahip olması nedeniyle işletmenin başarısı için;

- İyi yönetim ve
- İyi hizmet vazgeçilmez iki faktördür.

İyi yönetim, maliyetlerin kontrol altında tutulmasını, personelin güdülenmesini ve işletmenin işin kendi ayağına gelmesini beklemek yerine dışarıda iş peşinde koşmasını olanaklı kılar. *İyi hizmet*, tatmin olmuş müşteriler sağlar, düzenli bir müşteri yapısı oluşumuna yardımcı olur ve işletmenin yerel piyasa payını arttıracak şekilde ağızdan ağza reklamın gerçekleşmesini olanaklı kılar.

Gerek tur operatörleri ile gerekse bağımsız olarak çalışan seyahat acentalarının büyük çoğunluğu küçük, aile tipi işletmelerdir. Buralarda 2-3 kişi istihdam eden sahip-yöneticiler bulunmaktadır. Böyle bir acentada bilinen iş

gücü farklılaştırması biçimindeki uzmanlaşmaya çok az yer vardır ve personelin seyahat rezervasyonu ile ilgili tüm işlemlerle başa çıkabilmesi beklenmektedir.

Satış Elemanlarının Müşteri ile Temas Becerileri

Seyahat sektörü personelinin, müşteriyi iletişim tarzı, sahip oldukları temel ürün bilgisiyle beraber işletmenin başarısında kilit rol oynar. Bu iletişim becerileri üç ayrı grupta değerlendirilebilir:

- Dil becerileri,
- Kişisel ve sosyal beceriler,
- Satış becerileri.

Uygulamada temel dil becerilerini göstermede işletme elemanlarının yetersiz kaldığı konusunda çok sık şikâyetler oluşmaktadır. Bu durum sadece yabancı dil öğrenimindeki yetersizliği değil, aynı zamanda ana dilin kullanımındaki yetersizliği de içermektedir.

İşletmede çalışanların bireysel ve sosyal becerileri de oldukça önemlidir. “Müşteri daima haklıdır” sloganının kabulü herhangi bir iş yerinde olduğu gibi tur operatörleri ve seyahat acentalarında da banko gerisinde hizmet verirken doğru atmosferi oluşturmada atılacak ilk adımdır. Müşteriler sıcak bir karşılama, içten bir selamlama ve gülümseme beklerler. Personelden gün boyunca ne kadar stres altında çalışsalar da daima neşeli ve güler yüzlü olmaları beklenir.

İlk izlenimler her zaman çok önemlidir ve personel giyimi ve görünümüyle değerlendirilecektir. Turizm çalışanları eğer endüstride başarılı olmak istiyorlarsa mesleğin gerektirdiği zorluklara uyum sağlamak zorundadırlar.

Sıcak, misafirperver bir gülümseme, bankoya yaklaşan müşteriye arkadaşça yaklaşarak selamlama, işletmenin olumlu imajına katkı sağlar ve müşterinin kendini evinde hissetmesini sağlar ki, bu da psikolojik olarak satın alma aşamasına girişi sağlar. Müşteriye dikkatini vermek nezaket imajından öte müşterinin yaşamsal ihtiyaçlarını tanımayı sağlar ve böylece personel müşterinin ihtiyaçlarıyla ürünleri eşleştirebilir. Personelin telefonu yanıtlama şekli de işletmenin doğru imajını oluşturmada yardım sağlayabilir. Telefonlara hemen ve ustaca yanıt verilmelidir. Müşterinin yargıda bulunabileceği giysi ve görünüm unsurları bulunmadığından ses en önemli yargı elemanı hâline gelir. Eğitimciler, telefonda bile gülümsemenin gerekliliğini vurgulamaktadırlar, çünkü sesin kullanımı ile de arkadaşça bir izlenim oluşturulabilir.

Satış Süreci

Seyahat aracısı işletmelerin satışlarının etkili olabilmesi, aşağıda yer alan ve aynı zamanda satış sürecini de oluşturan dört aşamadan oluşur:

- Müşterilerle temas,
- Müşterilerin ihtiyaçlarının belirlenmesi,
- Ürünün sunumu ve tanıtımı,
- Satın almaya özendirme ve satışın gerçekleştirilmesi.