

В Л А Д И С Л А В Б У Р Я

специалист по продвижению курортов, отелей и санаториев

СЕКРЕТЫ УСПЕШНОГО КУРОРТНОГО ЛЕЧЕНИЯ В ЕВРОПЕ

«Подводные камни»
европейских курортов.

Что нужно знать,
чтобы не потратить
деньги зря.

ЧТО НУЖНО ЗНАТЬ О ЛУЧШИХ ЛЕЧЕБНЫХ КУРОРТАХ МИРА

Владислав Буря

**Секреты успешного курортного
лечения в Европе. «Подводные
камни» европейских курортов.**

**Что нужно знать, чтобы
не потратить деньги зря**

«Издательские решения»

Буря В. И.

Секреты успешного курортного лечения в Европе. «Подводные камни» европейских курортов. Что нужно знать, чтобы не потратить деньги зря / В. И. Буря — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-934952-1

Как правильно выбрать курортный отель? Как не быть обманутым в отеле? О каких «подводных камнях» нужно знать, чтобы не испортить себе отдых и лечение на курорте? Буря Владислав — известный в Европе и СНГ курортолог, несколько лет работал на курортах Европы. Его новая книга раскрывает малоизвестную сторону курортного отдыха, работы отелей, менеджеров турфирм. Она даст вам знания, которые позволят не потратить деньги зря.

ISBN 978-5-44-934952-1

© Буря В. И.
© Издательские решения

Содержание

Предисловие	6
Глава 1.	7
Что вас обязательно должно настораживать при бронировании отеля или санатория	7
Как отзывами об отелях обманывают туристов и зарабатывают миллионы	9
Как отличить реальные отзывы от вымышленных	11
Конец ознакомительного фрагмента.	12

**Секреты успешного
курортного лечения в Европе
«Подводные камни» европейских
курортов. Что нужно знать,
чтобы не потратить деньги зря**

Владислав Игоревич Буря

© Владислав Игоревич Буря, 2018

ISBN 978-5-4493-4952-1

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Предисловие

Я не сторонник длинных предисловий. Они отвлекают от самого увлекательного – чтения книги. Поэтому буду краток.

Поездка на курорт всегда сопряжена с выяснением ряда вопросов. Но даже детальное планирование поездки не гарантирует отсутствия проблем. Одно дело, когда они возникают на стадии подготовки к путешествию. А когда уже на курорте, то проблемы воспринимаются иначе.

Мы все внутренне настраиваем себя, что отдых пройдет без сучка и задоринки. И настолько расслабляемся по приезду на курорт, что любое отхождение от намеченного плана выводит из равновесия. Есть настолько эмоциональные люди, что испорченное в первый день отдыха настроение дает осадок на весь отпуск.

За несколько лет работы на разных курортах Европы и проживания в 150 отелях я сталкивался с разными проблемами. Видал, как обманывают наших туристов, как к ним относятся на разных курортах и в отелях. Знаю, в каких курортных отелях и санаториях у туристов чаще всего возникают проблемы.

И какие схемы применяются недобросовестными менеджерами отдельных турфирм, чтобы продать вам курорт или санаторий, где именно вас качественно не полечат. Результат всего этого – зря потраченные деньги и испорченный отдых.

Обо всем этом вы не найдете информацию в концентрированном виде нигде, кроме этой книги. Приятного чтения!

Глава 1.

Как вас вводят в заблуждение при выборе курортного отеля

Что вас обязательно должно настораживать при бронировании отеля или санатория

Известно, что многие менеджеры турфирм всеми силами стараются продать выгодные им отели. Те, где они имеют хорошие комиссионные. Искусственно поднимают рейтинги отелей и некоторые онлайн-сервисы бронирования отелей. Ведь многие люди бронируют отель, исходя из оценки его рейтингов и отзывов других туристов. Выявить попытки обмана очень просто.

Обратите внимание на отзывы. А точнее, посмотрите на два важных момента:

а) общее количество положительных отзывов. Если почти все отзывы положительные, то, скорее всего их писали не гости. Это делается, чтобы искусственно накрутить рейтинг отелю.

б) посмотрите самые первые отзывы об отеле. Если там один за другим только положительные отзывы, и к тому же написаны очень кратко (одним или двумя предложениями), не сомневайтесь – это почти на 100% пустышка.

Это можно проверить. Звоните напрямую в отель, называете имя или фамилию гостя, который оставил отзыв, желательно дату отзыва и говорите примерно так. Добрый день, я ваш потенциальный клиент, читаю отзывы об отеле, нашел несколько подозрительных, можете мне сказать, отдыхал ли такой гость в вашем отеле?

Вы не поверите, с какой маниакальной тщательностью отели проверяют подозрительные отзывы. Ведь от этого во многом зависит имидж отеля. Еще и спасибо вам скажут. Так вы им поможете выявить недобросовестных партнеров.

Не всегда специализация курортного отеля или санатория совпадает со специализацией курорта. Санаторий – это не благотворительный фонд. Руководству нужно зарабатывать деньги, чтобы содержать санаторий и персонал. А как привлекать клиентов? Говорить, что лечат буквально все.

И отдельные турфирмы охотно поддерживают эту «легенду», чаще всего из-за незнания реального положения вещей. Главное, обращать внимание на основную специализацию курорта.

Проведите эксперимент. Придите в любое турагентство и спросите, эффективно ли в Карловых Варах лечат опорно-двигательный аппарат.

Готов поспорить, что вас везде будут убеждать именно в этом. А если вы скажете, что выбираете между двухзвездочным отелем на курорте Пиештяны (эффективный курорт по лечению позвоночника и суставов) и пятизвездочным в Карловых Варах, вам обязательно постараются продать Карловы Вары.

Не всегда верьте числовым рейтингам отелей. Объясню, как они рассчитываются. Допустим, отели оцениваются по 10-ти бальной шкале. На основе средних оценок гостей отелю присваивается рейтинг: 9.8, 6.5 и т. д. Любые вариации от 1 до 10.

А теперь подумайте, может ли клиент объективно оценить отель? Почти никогда не может. Потому что он оценивает, исходя из своих предпочтений и прошлого опыта.

Кто-то привык к домашней пище, а еда в отеле ему не нравится. И ставит качеству питания один балл. Кто-то живет в малосемейке, а двухместный номер Superior в отеле кажется ему «царскими покоями». Может в этом отеле отвратительный сервис, убирают номера раз

в пять дней, и белье меняют раз в неделю. А гость ставит ему рейтинг 10 баллов, потому что ему номер понравился.

Не может тут быть абсолютной объективности. И точка. На основе таких оценок выставляется числовой рейтинг отеля. Более подробно об отзывах и рейтингах читайте в следующих разделах.

Как отзывами об отелях обманывают туристов и зарабатывают миллионы

Ежемесячно больше 100 000 туристов в России ищут отзывы об отелях. Согласно статистике, 75% людей доверяют онлайн-отзывам. Этот факт заставляет турфирмы работать с отзывами, чтобы поддерживать свою репутацию и формировать мнение клиентов в нужном для себя ракурсе. Но вот какими методами некоторые из них это делают...

Я сейчас кратко постараюсь объяснить, почему я не считаю отзывы ключевым фактором выбора отеля.

За все время работы на курортах Европы я изучил порядка 10 000 отзывов на разные санатории и отели. И заметил, что на один и тот же отель могут быть диаметрально противоположные отзывы, причем от людей, проживавших там в одно время. Я задумался, почему так. И решил провести эксперимент.

Выбрал 5 разных отелей в Карловых Варах, отметил отзывы людей, которые писали негатив по питанию, лечению, номерам. Поселился в эти отели и стал сравнивать то, что пишут люди и какая ситуация в реальности. И что вы думаете? Только в одном случае негативный отзыв гостя совпал с тем, что я в действительности видел своими глазами. А оценивал я все максимально нейтрально.

На самом деле, многие отзывы не всегда являются объективными. На это есть три причины.

Первая причина. Тональность отзыва сильно зависит от текущего настроения человека. Я видел случаи, когда отзыв человек писал прямо в отеле. Что-то ему не понравилось, и он начал размещать в интернете «чернуху», даже не дождавшись окончания отдыха.

Вторая причина. Отзыв сильно зависит от характера самого человека. Сравнивал я отзывы своего постоянного клиента на разные отели. Куда бы он ни поехал, везде ему плохо. Негатив часто пишут под влиянием завышенных ожиданий.

Третья причина. Характер отзыва напрямую зависит от предыдущего опыта человека. Раньше он ездил в четырехзвездочные отели, тут наступил кризис, клиент сэкономил и поехал в трехзвездочный отель. Не понравилось. Или отдыхал в Баден-Баден с немецким уровнем сервиса, потом приехал в Литву. Вот вам еще одна причина негатива в отзывах. Но это же не значит, что отель плохой.

Сделайте реверс. Человек всю жизнь отдыхал в убогих советских санаториях по государственной путевке, где, если вам не плевали в лицо, уже считалось хорошим сервисом. Решил поехать в трехзвездочный санаторий, но по меркам Карловых Вар слабого уровня комфортности. Однако остался в восторге от сервиса. Соответственно, он пишет исключительно позитивный отзыв. Человек всегда сравнивает то, что он видит и переживает, со своим предыдущим опытом.

Кстати, даже наличие комментария от отеля на негативный отзыв еще ничего не значит. Не будьте наивными, я вам гарантирую, что менеджеры отелей в 99% случаев делают банальные отписки. То, что они пишут об устранении недостатков – блеф.

Логика отельеров проста. Не нравится – не приезжай. А комментарии к отзыву – это не более чем демонстрация вежливости. Иногда за отель пишет сотрудник турфирмы. Пытаются вас убедить, что отель якобы реагирует на недостатки.

Я знаю туристические компании, которые на каждый представленный на их сайте отель написали по 20—60 ложных отзывов. Причем отрицательных тоже, чтобы не вызывать подозрений. Поскольку у меня есть собственная методика выявления искусственно написанных отзывов, я определяю, написан ли отзыв реальным человеком. А знаете, как я вывел на чистую воду одних таких «фальшивомонетчиков»?

На сайте одной туристической компании я читал отзывы на отель «Амбассадор» в Карловых Варах и есть там три отзыва от гостей: Виктор Данилкин, Алла Таныгина, Игорь Панкин.

Выписал фамилии людей, отправил в отель письмо с просьбой проверить, реально проживали эти гости в отеле или нет. Отель ответил: «Добрый день, ни один с клиентов в нашем отеле не проживал». Отзывы ложные, написанные турфирмой для того, чтобы сформировать нужное мнение людей об этом отеле. Иначе говоря, увеличить продажи этого отеля.

Я советую на 100% не доверять отзывам, будь они положительные или отрицательные. Даже менеджеры в самих отелях почти никогда не скажут вам абсолютной правды. Действует принцип: «каждая курица свой курятник хвалит». Лучше обратиться за консультацией к специалисту, хорошо знающему курорт и не работающему ни на один отель.

Как отличить реальные отзывы от вымышленных

Как я уже говорил, мне приходилось анализировать тысячи отзывов людей о курортах, отелях и санаториях. Я также четыре года занимался модерацией отзывов – проверял реальные отзывы клиентов на предмет нецензурных выражений и размещал их на сайтах.

Со временем я научился различать реальный отзыв от вымышленного. Думаю, мой опыт поможет вам. Ибо нет ничего хуже, чем начитаться фейковых отзывов, поехать в отель, заплатить деньги и увидеть не то, о чем писалось в отзывах.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.