

Ольга Викторовна  
Жуковская

---

Конструктор скриптов  
для турагентств

---

С примерами

# **Ольга Викторовна Жуковская**

# **Конструктор скриптов для турагентств. С примерами**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=43721831](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=43721831)*

*ISBN 9785005033451*

## **Аннотация**

Пособие для руководителей и менеджеров туристических агентств для составления скриптов продаж. Может быть использовано для обучения начинающих сотрудников и совершенствования работы отделов продаж

# Содержание

Скрипт работы с входящим обращением  
Конец ознакомительного фрагмента.

6  
11

# **Конструктор скриптов для турагентств С примерами**

**Ольга Викторовна  
Жуковская**

© Ольга Викторовна Жуковская, 2019

ISBN 978-5-0050-3345-1

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero  
Приветствую Вас, коллеги!

Это небольшое пособие создано для руководителей, начальников отделов продаж и менеджеров турагентств, вне зависимости от размера, местоположения и характера работы.

Оно состоит из скриптов – логических схем того, что и как должен говорить/писать менеджер на каждом этапе продажи, чтобы максимально повысить шансы на сделку.

Если Вы никогда не применяли в своем агентстве скрипты – возьмите блокнот и, используя примеры из данного пособия, напишите комфортный для себя текст на каждую ситуацию.

Если Вы руководитель, то пусть каждый продающий менеджер изучит это пособие и напишет собственные варианты скриптов.

Если же скрипты у Вас уже есть – проверьте их по логике, которая разобрана здесь, и, возможно, Вы добавите в них новые эффективные элементы или почерпнете полезные идеи.

Также эта тетрадь отлично поможет при обучении новичков продажам.

Конечно, скрипты не могут работать отдельно от людей.

Поэтому, если Ваши менеджеры или Вы лично чувствуете скепсис или сопротивление – прочтите психологический блок в конце пособия.

С уважением, Ольга Жуковская

Автор проекта «Та Самая Турфирма»

[https://vk.com/the\\_travel\\_agency](https://vk.com/the_travel_agency)

# Скрипт работы с входящим обращением

1. Элемент скрипта: Приветствие в ответ на входящий звонок/сообщение

**СМЫСЛ:** Облегчение дальнейшего контакта

Этот маленький скрипт является своеобразной прелюдией к будущему взаимодействию менеджера и потенциально-го туриста.

**Что должен сделать менеджер:**

Назвать компанию, назвать себя, поприветствовать клиента

Пример:

*Агентство «Путешествия»;*

*Оксана/менеджер Оксана/специалист по работе с клиентами Оксана;*

*Здравствуйте/добрый день/чем могу Вам помочь/рада Вас слышать*

**Типичные ошибки:**

- не брать трубку
- долго не отвечать на обращение в почте/соцсетях/мессенджере (ведет к потере клиента)

- ответы без структуры («да!», «алло!») вынуждающие клиента переспрашивать «это турагентство?»)
- агрессивный тон голоса

## **2. Элемент скрипта: Выяснение потребности**

**Смысл:** Повышение эффективности подбора вариантов и переход к попытке закрытия на встречу

Выяснение потребности – важнейший для будущей продажи этап, и в ходе него менеджер должен решить пять задач. Каждую из них мы разбираем ниже.

### **Что должен сделать менеджер:**

**Первая задача – выяснить технические детали, наличие/отсутствие конкурентов, чтобы учесть при подборе.**

В зависимости от характера ответа клиента, этот скрипт прорабатывается разными текстами.

### **А) Если клиент озвучивает конкретную потребность**

Пример:

*Клиент:*

*– мне нужен тур на два человека в Таиланд с 1 по 10 марта в отель Резорт энд Спа*

*Менеджер:*

*– я правильно поняла, что нужно вернуться не позже 10*

*марта? Оба человека взрослые? Питание имеет значение?*

*Клиент:*

*– да. Завтраков достаточно. Да можно и без них.*

*Менеджер:*

*– хорошо, рассматриваете только Резорт энд Спа в Таиланде? Вы там уже были или кто-то порекомендовал?*

*Клиент:*

*– нет, мне друзья посоветовали. Если что-то лучше предложите недорого, тоже посмотрю*

*Менеджер:*

*– хорошо, у меня на примете уже есть похожие варианты (переход к следующему блоку)*

### **Типичные ошибки:**

· пропускать какие-то необходимые детали (придется перезванивать/снова писать клиенту на этапе подбора). Лучше всего, если менеджер при разговоре заполняет форму заявки в CRM или печатную форму с необходимыми параметрами

· негативно оценивать выбранный клиентом вариант («этот отель не очень»)

### **Б) Клиент озвучивает частично конкретную потребность**

*Пример:*

*Клиент:*

– я хочу улететь куда-нибудь на море в первой половине марта

*Менеджер:*

– у нас очень много направлений, в это время я бы посоветовала Вам Таиланд, Вьетнам, ОАЭ, Шри-Ланку... Давайте выясним Ваши пожелания, чтобы я подобрала Вам лучшие варианты. Вы хотите, чтобы море было теплое и можно было долго купаться?

### **Типичные ошибки**

- «Куда-нибудь это куда?»
- «В это время лучше всего Мальдивы»

### **В) Клиент озвучивает размытую потребность**

*Пример*

*Клиент:*

– хочу куда-нибудь улететь весной. Что вы мне можете предложить?

*Менеджер:*

– у нас очень много направлений. Давайте выясним Ваши пожелания, чтобы я подобрала Вам лучшие варианты. Как Вам хотелось бы отдохнуть, на море, или что-то посмотреть, чем-то заняться?

**Плохие варианты ответов:**

- "Смотря какой у Вас бюджет"
- "Все что угодно, Вы определитесь, что Вы хотите"

**Вторая задача: выяснить бюджет**

# 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.