РУССКИЙ ЭКСПРЕСС

Компанию всегда считали интересным конкурентом по ОАЭ: вариативным, с хорошим ассортиментом в широком ценовом диапазоне и с разнообразной перевозкой, в том числе из регионов. Свободы в ценовых маневрах и в работе на разные категории клиентуры добавляло сотрудничество сразу с несколькими известными эмиратскими DMC. Эти плюсы сохранились.

Но эксперты отметили крен в сторону низкобюджетного продукта и «турецкого стиля работы» – гонку за объемами в ущерб рентабельности. Как следствие – снижение бонусов специалистам и текучесть кадров (по их словам, за последнее время в «Русском Экспрессе» сменилась уже вторая эмиратская команда). Выход на прямого клиента, замеченный наблюдателями, отчасти повысит доходность, но вряд ли понравится агентствам.

МОСКОВСКОЕ АВС

«Московское агентство воздушных сообщений» (МАВС) сегодня называют аффилированным с билетным онлайн-агентством «Агент.ру». А также преемником АВС «Ист Лайн» (подробно о реорганизации МАВС см. в № 11 «ГЛ», стр. 11. – *Прим. ред.*). По предыдущему опыту работы компанию характеризуют как серьезную, имевшую крепкие позиции на рынке Объединенных Арабских Эмиратов, заметные объемы на рейсах «Трансаэро» и ассортиментные – на «Аэрофлоте».

Однако нынешняя политика МАВС конкурентам не вполне ясна: по их наблюдениям, блоков на ОАЭ у этих перевозчиков игрок не взял, билеты пока добирает на рынке. Впрочем, такой переходный период естественен: после ухода нескольких специалистов по ОАЭ к работе приступил, по сути, новый отдел. Эксперты желают коллегам максимально быстро войти в сезон.

ЭРЦОГ И РЕГ ТУР

Они настолько горнолыжники, что даже опытные специалисты конкурирующих компаний переспрашивают: «А что, они делают Эмираты?» Потом включаются и комментируют: работают локально, на небольших блоках и по запросу, в конкурентной борьбе не участвуют и погоды на рынке не делают.

По самому острому на сегодня признаку, ценовому, игрок в глазах коллег не прокололся – в поисковиках, выдающих самые дешевые туры, он не фигурирует. Что, по их мнению, свидетельствует не о недостаточном внимании к рекламе в Интернете, а о том, что основная эмиратская клиентура «Эрцога» – его постоянные горнолыжники. А они и при небольших объемах дают неплохую маржинальность. Так что если нет амбиций, то и вкладываться в расширение клиентской и агентской базы ни к чему.

ICS TRAVEL GROUP

Характеризуя его, туроператоры отмечают, что в ОАЭ реально конкурируют с десяток игроков и ICS Travel в их числе нет. Что никак не связано с качеством его продукта и работы. Просто Эмираты, в отличие от Кубы, Доминиканы или Туниса, не базовое направление компании. Хотя объемы ICS здесь, по наблюдениям экспертов, маленькими не назовешь. Работает хорошая команда, она делает туры на базе качественной перевозки, тех же «Аэрофлота» и «Трансаэро», и отелей, которые востребованы и на слуху, без дешевки.

Конкуренты признают, что бонусная программа ICS привлекает агентов, общается он с ними прямо и открыто. Спокойно, без агрессии выдерживает давление внешней среды. Мог бы претендовать на большее, полагают коллеги, но, видимо, такой задачи перед собой не ставит.

INTRAVEL STOLESHNIKI

Вежливо раскланявшись в адрес старожила – мол, демонстрирует взвешенный подход, объемы не форсирует и не демпингует, – конкуренты перешли к злобе дня. Ценовую политику туроператора в этом сезоне они называют странной: выставленные на сайте цены – одни из самых низких, но на деле всплывают подводные камни, именуемые сервисным сбором. Опытным агентам, по оценкам коллег, это нравится, так как позволяет заманить в офис прямого клиента и там обработать. Начинающие же испытывают неудобство от необходимости объяснять доплаты размером до нескольких тысяч рублей. Это, полагают наблюдатели, не может способствовать росту агентской базы и объемов. Которые, по их оценкам, у «Столешников» из года в года не меняются.

TEZ TOUR

«Тезов» в Эмиратах полюбили – если любовь в бизнесе возможна :) И все по той же ценовой причине: они не кидаются, как выражаются эксперты, в сумасшедший демпинг, продают удачно, на пятки никому не наступают, торгуют хорошо; купили местную DMC и неплохо обслуживают клиентов. В общем, ведут себя в рамках приличий.

Опытным агентам это нравится, так как позволяет заманить прямого клиента в офис и обработать. Начинающие же испытывают неудобство…

Конкуренты полагают, что туроператор продолжит осторожно расширяться и завоевывать свою долю рынка, – участники рынка заметили, пересчитали и одобрили региональные вылеты «Теза» на «Уральцах», заметно превышающие столичные возможности по креслам, да и по головам. А вот заточенность под поточный среднебюджетный продукт и отсутствие полноценного эмиратского отдела осложняют работу с индивидуальными заявками и просто пожеланиями.

UNEX

Эта компания в сознании участников рынка связана с именем ее основателя Андрея Зорина, в прошлом – многолетнего руководителя эмиратского отдела одного из своих нынешних конкурентов. О нем отзываются как о профессионале-трудоголике, который сделает все, чтобы его бизнес был конкурентоспособным. И, видимо, уже сделал, так как иначе Unex не пошел бы на второй сезон.

Игрок, по словам конкурентов, присутствует везде: на тусовках и с блоками на бортах, в принимающих компаниях и в отелях. Придерживается ленинского лозунга «лучше меньше, да лучше» – предпочитает штучные сложные заказы, требующие внимания к клиенту и деталям, экономичному потоку. В общем, Unex называют сторонником цивилизованного рынка.