

Тезисы – Радуга севера

1. Сначала мы узнали основную информацию о компании и потом начали работать над **ДВУМЯ ОСНОВНЫМИ ПРОБЛЕМАМИ**:



Первая: нехватка **молодых клиентов**

Вторая: слишком мало **европейских клиентов**



2. Чтобы решить эти проблемы, нам сначала нужно было **НАЙТИ** их причины. И мы задали себе вопрос: почему же клиентов не так много?



Конечно, мы и сами своего рода молодые туристы, но личного опыта недостаточно! Мы разработали **анкету** для анализа отношения к путешествиям более 100 студентов. И мы с гордостью представим эти результаты сегодня!

Благодаря анкетированию мы смогли выявить основные причины, по которым студенты не едут отдыхать в Россию:

1. Они не знают, как путешествовать в другой стране;
2. Трудности в общении из-за языкового барьера.

Обе эти проблемы не помеха для компании, потому что у неё есть разнообразные туры, да ещё и на разных языках.



Но что ещё более важно, студенты не хотят тратить много усилий на получение визы и даже не знакомы с этим процессом. Это ещё одна причина, по которой они не бронируют туры в Россию!



Чтобы понять причину малого количества европейских клиентов, мы **проанализировали сайт и туры** компании.

2. ANALYSIS



Практически вся информация на сайте представлена на русском языке. Большинство европейцев не говорят по-русски, поэтому они могут понять содержание только при помощи Google Переводчика, а этот вариант далеко не всегда надёжен.

3. Мы разобрались с проблемами и были готовы к поиску полноценных **РЕШЕНИЙ!** Перед нами было поставлено две основных задачи: привлечь больше молодых клиентов и увеличить число европейских туристов.

1. STUDENT ORGANIZATION

Сотрудничество со **студенческими организациями** позволит Радуге Севера работать со студентами, которые уже планируют поехать в Россию и даже могут иметь действующую визу.

Основной проблемой для студентов сейчас является получение визы, поэтому Радуга Севера могла бы сконцентрироваться на студентах, уже имеющих действующую визу. Студенческие организации, которые занимаются обменными программами для студентов, могут быть хорошими партнёрами, потому что они постоянно на связи с молодыми людьми, планирующими обучение в России. Конечно же, студентам хочется узнать больше о стране, в которой они учатся, и в этом им может помочь Радуга Севера. Компания может разработать специальные туры для студентов при помощи студенческих организаций, предложить им определённые скидки или даже формировать групповые экскурсии.

Мы связались с несколькими студенческими организациями; одна из них уже проявила интерес к сотрудничеству: ESN – Erasmus Student Network. Это волонтерская общеевропейская студенческая организация, у которой есть отделения по всей Европе и в 5 городах России.



Мы передадим компании все контактные данные и основную информацию по каждой организации, с которыми мы пытались выйти на связь. Также мы прикрепим документ, в котором показано, что мы уже успели с ними обсудить. Когда начнётся ослабление мер по самоизоляции, можно будет продолжить диалог с организациями.

Целевая страница на английском языке поможет привлечь европейских туристов и сразу заработать их доверие.



Мы разработали прототип целевой страницы на английском языке, которая может послужить как специальная версия сайта для иностранцев. На странице представлена самая важная информация об агентстве и краткое описание того, чем можно заняться в Мурманске и что брать с собой в Россию. Мы также разместили пример нового и привлекательного поста-блога, который может быть использован компанией для более удобного размещения информации для клиентов.

В целом, мы попытались показать, как английский сайт может выглядеть более привлекательно и современно. По результатам анкетирования мы также узнали, что для студентов очень важным является размещение на сайте красивых фото и правильное распределение необходимой информации. Мы попытались учесть эти пункты при создании прототипа, чтобы он удовлетворял всем критериям.



Мы предлагаем использовать данный прототип (или создать другой на английском языке), чтобы помочь иностранным клиентам ориентироваться на сайте. При анализе результатов опроса, мы поняли, что основным вопросом для европейских студентов является безопасность, они боятся потеряться в России без важных знаний о стране. Отдельный сайт на английском языке поможет заслужить доверие клиентов и обеспечит их всей необходимой информацией, которая обычно может быть найдена только на русском языке. Благодаря этому уменьшится риск того, что они передумают покупать билеты в Россию.

Мы также предлагаем разделить туры по разным темам, которые по результатам опроса являются популярными (Экстрим, Эко, Отдых, Достопримечательности). Потенциальный клиент может видеть тип туризма на главной странице и сразу выбрать нужный ему.

Безопасность должна быть в приоритете, поэтому мы предоставим наиболее полную информацию в разделе часто задаваемых вопросов на сайте, так как это очень важно для европейских туристов.

Если Вы заинтересованы в дальнейшей разработке нашего прототипа, то вы без проблем можете связаться с Мариной по почте: subkhangulovak@gmail.com

Список студенческих организаций

С кем мы связались? Кто нам ответил?

- TimeTravels: asiakaspalvelu@aikamatkat.fi/customerservice@timetravels.fi

-> Мы получили ответ от Nicola Väilitalo, ответственной за обслуживание клиентов. Она попросила у нас презентацию о проекте, чтобы показать её своим коллегам, которые занимаются путешествиями в Россию. Дальше диалог пока что не продвинулся.

- Университет Йювяскюля (University of Jyväskylä)

-> В университете есть обменные программы с Россией, но нам посоветовали обратиться к ESN Jyväskylä.

Кто нам не ответил?

- Studenttrips: info@studenttrips.fi
- ESN international: partnerships@esn.org
- ESN Finland: partnerships@esnfinland.eu
- ESN Rovaniemi: board@esnlapland.eu
- ESN Oulu: info@esn oulu.org
- ESN Jyväskylä: esn jyvaskyla@esnfinland.eu