

DELIVERY INFORM

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ КАЖДОГО!



ДАВАЙТЕ ДЕЛАТЬ СВОЮ РАБОТУ ХОРОШО!

Наверное, многие часто задумываются, в чем секрет успеха нашей компании? Ответов может быть масса: удачная изначальная идея, энтузиазм и талант учредителей, грамотное руководство, правильная миссия, команда, спрос на рынке и т.д., перечислять можно бесконечно. На каждом этапе развития компании играли роль разные факторы и нельзя недооценивать значение каждого из них, но на протяжении многих лет неизменным оставалось одно: мы все просто хорошо делали свою работу, а это неизбежно приносит плоды.

Теперь бы разобраться, что значит «хорошо делать свою работу», разложить по полочкам, научить новобранцев. Здесь тоже все зависит от этапа развития компании, от того, что именно необходимо в данный момент.

Приходит время, когда старые принципы работы уже не актуальны, и мы просто не знаем, что именно нам нужно делать хорошо. Не так давно, несмотря на конкурентную среду, спрос на наши услуги рос сам собой, многие склады даже не задумывались над тем, что его нужно как-то сти-

мулировать. Да и надо ли, успеть бы обработать то, что есть. Стихийные продажи, непродуманная реклама, хромающий сервис, отсутствие информации о нас, размытый имидж — все это имело место и сглаживалось благодаря наличию многих вышеупомянутых плюсов.

Времена меняются. Возникла необходимость работать над качеством — задачи поставлены, ресурсы привлечены — успешно работаем. Что дальше?

Велосипед изобретать не приходится, все как по книжке: маркетинг, управление спросом,

ИДЕОЛОГИЯ – ЭТО МЫ, НАША ВЕРА В КОМПАНИЮ И ГОРДОСТЬ

реклама, имидж. Стихийные продажи долго не просуществуют, можно и нужно управлять спросом, опережать конкурентов, двигаться, чтобы не остаться позади. Перемены в нашей компании происходят быстро и, несмотря на трудности в адаптации и принятии нового, все мы должны понимать необходимость и своевременность перемен, которые ведут нас вперед. Получается, что на сегодняшний день «хорошо делать свою работу» — значит, позитивно и с энтузиазмом воспринимать перемены и способствовать ско-

рейшей адаптации к новым условиям работы.

Что хочется изменить?

Все уже ощутили на себе изменение структуры управления, процесс еще не окончен, еще некоторое время будут присутствовать шероховатости, проблемы во взаимосвязях и взятии ответственности. Несмотря на это, со временем, эффективность труда в нашей компании увеличится, и многие рабочие процессы пойдут легче, все войдет в привычную колею, и мы не будем представлять, как могло быть иначе.

Следующим этапом будет изменение подхода к организации продаж наших услуг. Маркетинговый подход охватывает многие стороны жизнедеятельности компании — это и сам процесс взаимодействия с клиентами, их поиск и привлечение, программы лояльности, реклама и информирование о наших преимуществах. Получается так, чтобы применить маркетинговый подход, необходимо изменения в самой идеологии компании, даже не изменения, а ее формирование.

Что значит формирование идеологии? Все очень просто: мы все знаем миссию компании: качество в центре внимания; знаем наши основные преимущества: перевозка крупногабаритного груза, быстрое обслуживание, отсутствие очередей, низкие цены, ответственность за утрату/порчу груза, большой выбор упаковки и т.д. Но знают ли об этом наши потенциальные клиенты? Если

не знают, то почему? Есть ли способ легко и понятно сказать об этом? Конечно, есть. Можно сказать, мы лучшие в своем деле, мы должны всегда помнить и гордиться этим, нести это в массы, создавать имидж и позитивную репутацию.

Идеология — это мы, наша вера в компанию и гордость. Ре-

В НАШИХ РУКАХ СДЕЛАТЬ ФРАЗУ «Я РАБОТАЮ В ДЕЛИВЕРИ» СИМВОЛОМ УСПЕХА

клама, листовки и коммерческие предложения никогда не сформируют идеологию и не передадут уверенность в успехе, они могут подкреплять, информировать и напоминать о нас. Очень легко гордиться работой в компании с уже сформированным имиджем и известным брендом, «я работаю в FedEx» — хорошо звучит. В наших руках сделать фразу «я работаю в Деливери» символом успеха, стабильности, процветания и развития, и, поверьте, результаты не заставят себя ждать.

Давайте делать свою работу хорошо!

*Коммерческий директор
Чуйко А.А.*



О ПЕРЕМЕНАХ

Основная и самая **главная цель** — сделать нашу компанию более гибкой в управлении, более мобильной и ускорить как обслуживание клиентов, так и решение любых возникающих на местах проблем и вопросов, в общем - повысить конкурентоспособность компании.



Один известный американский предприниматель однажды так охарактеризовал необходимость постоянных перемен в бизнесе: «Если через пять лет после начала вашего дела — вы продолжаете выполнять те же функции, что и в начале, то, скорее всего, очень скоро вашего бизнеса не станет». В условиях высокой конкурентной борьбы, когда каждый день необходимо стараться сделать свое дело как можно лучше, очень легко увлечься своей работой, погрузиться в текущие дела и забыть о необходимости иногда осматриваться вокруг и особенное внимание уделять результатам своей работы. И если вдруг вы, осмотревшись, увидите, что, не взирая на все усилия, ваша работа и результат остается далек от идеального, значит, срочно нужно что-то менять.

В нашей компании тоже наступила пора перемен. Был период, когда руководство компании с целью минимизации затрат и усиления контроля за работой сотрудников стремилось сосредоточить все управление в своих руках. Но компания росла, увеличивалось количество представительств и сотрудников компании, и в тот день, когда стало понятно, что даже 24-х часов в сутках недостаточно для обеспечения нормального управления и разрешения всех текущих вопросов и проблем, было принято решение — создать институт региональных руководителей — региональных директоров. Новое звено руководителей взяло на себя массу вопросов, связанных с налаживанием работы

на складах, логистикой, подбором персонала и контролем работы сотрудников. И во многом благодаря их работе компания стала развиваться еще стремительнее.

Но прошло не так много времени и стало понятно, что недостаточно быть в курсе всех существующих на складах и в офисе проблем и пытаться удаленно их решить. Возникла жизненная необходимость постоянно принимать непосредственное участие в решении проблем на местах, и как можно больше внимания уделять «качеству» работы с клиентами. Тогда было принято решение произвести кардинальную децентрализацию управления и создать на местах региональные офисные центры (РЦ), которые займутся функциями обслуживания клиентов и управления работой подчиненных такому РЦ складов.

Что же несут эти очередные изменения и с какой целью они проводятся? Основная и самая главная цель — сделать нашу компанию более гибкой в управлении, более мобильной и ускорить как обслуживание клиентов, так и решение любых возникающих на местах проблем и вопросов, в общем, повысить конкурентоспособность компании.

Что касается складов — здесь перемены будут в основном в усилении контроля работы и создании максимально благоприятных условий для работы сотрудников при обслуживании клиентов. Это и обновление погрузочной и весовой техники, и проведение ремонтов в помещениях, и укомплектование

оргтехникой, спецодеждой и т.д. Т.е. если смотреть в корень происходящих перемен, то они направлены, в первую очередь, на то, чтобы сотрудники на складах получили максимум внимания к любым проблемам и вопросам, возникающим как у сотрудников на складе, так и у клиентов.

Что же касается центрального офиса (ЦО), то здесь, в первую очередь, перемены будут кадровые. Это не значит, что сотрудникам

ЦО придется искать новую работу вне компании, это значит, что некоторые сотрудники изменят порядок или профиль работы, у некоторых изменится вертикаль подчинения, а некоторым придется вообще заниматься совершенно новым направлением в работе. Такие перемены в работе ЦО вызваны, в первую очередь, тем, что с образованием региональных офисных центров (РЦ) большая часть выполняемых в настоящий момент функций ЦО отойдет в региональные офисы. Так, региональные офисы будут выполнять функции информационного и документального обслуживания клиентов, обеспечения нормальной производственной деятельности подчиненных складов — снабжать расходными и комплектующими материалами, проводить кадровую работу, принимать решения о постановке транспорта и т.д. В работе же центрального офиса теперь больше времени будет уделено планированию и принятию стратегических решений, особое внимание будет уделяться работе с крупными клиентами и, конечно же, повышению профессионального уровня всех сотрудников компании как в офисах, так и на складах, и вся работа центрального офиса будет направлена на обеспечение максимально комфортных условий для клиентов компании.

Так что ожидания от происходящих перемен только самые позитивные, и для того чтобы каждый из наших читателей смотрел в будущее

с уверенностью, могу напомнить хорошую народную поговорку: «Любые перемены — всегда к лучшему!»

25 мая 2012г. состоялось Первое заседание Совета директоров ООО «Деливери» с участием новоназначенных руководителей региональных центров. Заседание проводилось в офисе Киевского регионального центра

Совещание проводили:

Председатель совета директоров - Костюшко К.В.
Зам.председателя совета директоров - Ивасив А.В.
Генеральный директор - Муравей Е.С.
Коммерческий директор - Чуйко А.А.

Участствовали:

Региональный директор КРЦ-1 - Швец Г.В.
И.о. регионального директора ЗРЦ-2 - Лакагош А.Н.
И.о. регионального директора ЮРЦ-2 - Семихатка В.Н.
Управляющий складами в г. Харьков - Тулянкин Д.В.
И.о. регионального директора КРЦ-2 - Филоненко В.Ю.
Зав.складом №1 в г. Николаев - Крыжов Н.А.
Управляющий складами в АР Крым - Шкарин К.А.
Зав.складом в г. Умань - Черный Б.М.
Помощник генерального директора - Внукова А.В.

По итогам совещания были приняты важные стратегические решения, касающиеся дальнейшего развития компании.

Вечером в ресторане «Чумацкий шлях» состоялся корпоративный ужин.



Зам.председателя совета директоров Ивасив А.В.



ТАЙНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ. ТЕЛЕФОННЫЙ РАЗГОВОР С КЛИЕНТОМ

Телефонный разговор находится на полпути между искусством и жизнью. Это разговор не с человеком, а с образом, который складывается у тебя, когда ты его слушаешь.

Андрэ Моруа

Сколько раз Вы бросали трубку телефона, не дождав ответа на интересующий Вас вопрос? Как часто консультацией по телефону становилось простое считывание информации с сайта об услуге или товаре? Когда вы думаете об обслуживании клиентов, что первым приходит на ум: «спасибо», «пожалуйста», «да, конечно», «нет, конечно»?

Лучший диллер США Карл Сьюэл утверждал, что любезное обращение с людьми — это только 20% хорошего сервиса. И более важной частью является разработка технологий и систем, которые позволяют сделать работу хорошо с первого раза. К данным технологиям мы можем отнести наличие плана действий для тех ситуаций, когда что-то идет не по стандартному «сценарию». Системность подхода вместе с вежливостью и готовностью прийти на помощь позволяет сократить уровень жалоб. Ведь качественный сервис — важное конкурентное преимущество «умной компании».

Именно поэтому в первых двух кварталах 2012 года Отдел качества и стандартизации услуг и Центр по обучению «Деливери» провели оценку работы специалистов по работе с клиентами (операторов) на представительствах методом «Тайный покупатель».

Тайный покупатель (от англ. Mystery shopper/Secret Shopper) — это наиболее эффективная современная методика оценки качества обслуживания. Исследование помогает выявить те моменты, которые привлекают клиентов в

компанию, делают их лояльными, и те, которые сводят имидж компании на «нет», и выставляют ее не в лучшем свете в глазах покупателя. Таким образом, эта методика помогает определить, каков резерв развития предприятия, и предназначена для компаний, где большое значение имеет качество консультаций клиентов по телефону.

Данные маркетинговых исследований объясняют необходимость проведения оценок качества работы сотрудников:

— 95% некачественно обслуженных покупателей не жалуются и не предъявляют претензий, но больше половины из них никогда не совершают повторных покупок;

— Привлечение нового покупателя обходится в 5-8 раз дороже, чем мотивация повторной покупки у оставшегося довольным клиента;

— Довольный обслуживанием покупатель больше времени проводит в магазине и приобретает больше товаров, рекомендует магазин своим друзьями и знакомыми.

Проведенное в нашей компании исследование позволило выявить недостатки в работе операторов и разработать программу для обучения наших специалистов.

Началу проверки предшествовало формирование критериев оценки операторов на всех представительствах компании:

1 Полнота приветствия — назвали компанию, представились по имени, поздоровались;

2 Скорость ответа — ожидание ответа не более 5 секунд, мгновенный ответ после поднятия трубки — не более 30 секунд, ожидание ответа на уже заданный вопрос — не более 1 минуты;

3 Работа с запросом клиента — правильно ли понят вопрос, ответили самостоятельно, убедились, что клиент доволен ответом;

4 Правильность ответа — ответ содержит верную информацию, ответ понятен клиенту, клиент знает, что делать дальше.

И если клиент, обращаясь на представительство по телефону, слышит: название компании, имя оператора и доброжелательное «здравствуйте»; затем вопрос «как я могу к Вам обращаться?» — у него появляется ощущение собственной важности и исключительности. А ведь это прямая

задача для каждого сотрудника компании — сделать так, чтобы каждый клиент чувствовал себя важным и исключительным при работе с нами. Поэтому при обращении с каким-либо вопросом, клиент ни в коем случае не должен был слышать: «я не знаю». Безусловно, бывают затруднительные моменты и информации для немедленного решения вопроса может быть недостаточно, в таких случаях необходимо взять у клиента номер телефона и после сбора всей необходимой

Конкурс «Лучший оператор»

■ % принятых звонков ■ % непринятых звонков

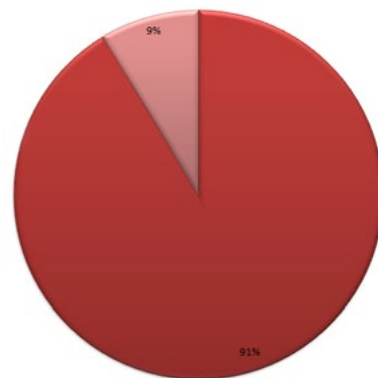


Диаграмма соотношения принятых звонков к непринятым за 10 звонков по всем представительствам Компании:



Победитель конкурса «Лучший оператор» в первом квартале 2012 года, представитель Киевского региона, оператор Тамара

информации — перезвонить клиенту и сообщить о дальнейших его действиях или действиях компании.

Отметим, что в ходе проверки от звонка к звонку мы увидели положительную динамику ответов, а также высокий процент принятых вызовов за 10 совершенных звонков на каждое представительство компании.

В ходе проведения исследования в первом квартале 2012 года, нами был определен лучший оператор. При определении лучшего учитывались такие факторы, как количество принятых оператором звонков, средняя оценка ответов

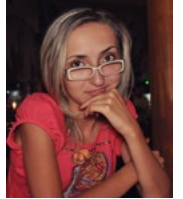
по принятым звонкам, использование в ответах речевых модулей. В последствии, на основе данных проведенного исследования, были разработаны речевые модули и предоставлены на все склады компании для каждого оператора.

Также на основе результатов проверок учебным центром были разработаны блоки для тренинга и проведено обучение операторов складов г. Киева, г. Харькова, Львовской, Закарпатской, Тернопольской и Ивано-Франковской областей.

Анализ результатов исследований методом «Тайный покупатель», особенно важен и для Центра подготовки персонала, так как помогает выявлять слабые места и пути их преодоления при помощи специальных программ обучения. А результаты проведенного нами исследования помогли

выявить потребность работников в обучении (этике, методам установления контакта, умению слушать клиента и представлять услугу).

Какой же вывод можно сделать, проанализировав работу проверки методом исследования «Тайный покупатель»? Анализ исследований позволил разработать мероприятия, направленные на повышение профессиональной подготовки и расширение области знаний у сотрудников компании и соответственно усилить конкурентоспособность нашего предприятия.



Специалист отд. сервиса Кораблева Екатерина

КТО ПОБЕДИТ

В КОНКУРСЕ ПРОЕКТОВ ?



порой даже не высказанными вслух, не то что не реализованными.

Есть ли способ реализовать свою идею и получить от этого реальную выгоду? В нашей компании есть такая возможность для каждого сотрудника. Для этого необходимо в течение года оформить свою идею в проект и подать заявку на участие в конкурсе проектов. Организаторами конкурса выступили: Совет директоров компании, Отдел качества и стандартизации услуг, Общественный комитет компании.

Данный конкурс имеет цель — реализацию творческого и профессионального потенциала сотрудников, развитие компании и повышение качества предоставляемых услуг. Его основные задачи: развитие навыков разработки и реализации проектов, создание условий для реализации наиболее интересных идей сотрудников компании, а также повышение качества взаимодействия между подразделениями компании.

Подведение итогов конкурса будет проводиться Советом директоров компании до 10-го декабря 2012 года по следующим критериям:

- интересное содержание проекта;
- экономическая целесообразность проекта;
- реализация проекта, наличие системы контроля результатов про-

екта.

Со слов исполнительного директора Елены Сергеевны, в настоящее время уже подано около двадцати заявок. Все представленные проекты были рассмотрены и некоторые из них реализованы, некоторые предложено доработать. Но необходимо отметить, что каждую идею очень интересно было изучать.

Бизнес-тренер нашей компании Наталья Михайловна считает, что этот конкурс дает возможность использовать накопленный опыт и получить обратную связь от клиентов, а также развить новые навыки и получить признание и уважение коллег вместе с заслуженной наградой. Она также отметила: «В силу специфики нашей компании, которая имеет удаленное управление, а ее представительства находятся далеко от центрального офиса, каждый сотрудник становится носителем ценного опыта и знаний. Именно сотрудники на складах контактируют с главным заказчиком наших услуг — нашим клиентом и, находясь на «передовом рубеже», видят, что надо менять и что развивать в компании».

Очень важно положительно (с позитивным настроем) относиться к возможному ошибкам. Не ошибается только тот, кто ничего не делает. Невзирая на банальность этого изречения, многие панически боятся возможных неудач. Активные люди допускают большое число ошибок, но они все равно значительно чаще достигают успеха, чем те, кто наде-

ется получить только положительный результат от своих действий и не допускают возможности получения отрицательного результата. Не случайно многие зарубежные компании материально поощряют своих работников даже за те творческие идеи, которые «провалились». Такое отношение поддерживает у сотрудников высокую мотивацию и стремление постоянно экспериментировать и нестандартно мыслить. Ошибок и неудач не стоит бояться, над ними необходимо работать, поскольку они очень полезны как материал для самоусовершенствования и стимул к деятельности.

Сейчас уже понятно, что в конкурсе проектов победит не только тот проект, который будет озвучен как победитель в конкурсе 10 декабря 2012 года, но и все наши сотрудники, кто излагал и воплощал свои идеи, получая бесценный опыт и знания. А для клиентов нашей компании реализация проектов — это гарантия повышения уровня сервиса и качества услуг, и, конечно же, предоставление возможности воспользоваться более широким спектром услуг.



Донецк-1 Борж Алена



«Не плачь, не бойся, не проси!»

Уже в третий раз я и группа бизнес тренеров Компании проводим тренинги на местах. В середине мая этого года нам довелось побывать с тренингом для представителей компании на Западной Украине во Львове.

Из Донецка мы уезжали с грустью, зная что покидаем дом надолго и уезжаем далеко. Чужой город, незнакомые люди, разлука с близкими, длинная дорога в поездах нашей любимой железной дороги – от таких мыслей слезы сами накатывались на глаза.

Львов встретил нас позитивно. Из наших +32 приехать в +7 было как-то некомфортно. Пасмурное небо, и в наших сумках только платя и футболки. Но все же об этой поездке у нас остались только теплые и добрые воспоминания, а все благодаря людям, которые здесь живут и работают. Несмотря на удаленность от родного города, на различие языков, на которых мы говорим, на устоявшиеся стереотипы о «Западенцах» и «Донецких», мы почувствовали заботу, окружающую нас на каждом шагу, начиная с улыбок при выходе на перрон, поселением в квартире и заканчивая нашими посещениями складов и частыми звонками с простым вопросом «Как дела?». Работать нам оказалось очень комфортно, сложно переоценить заботу и внимание, полученные в этой поездке, невозможно забыть искрометный юмор и постоянное движение и стремление вперед. И снова говорю «Спасибо «Деливери» за людей, которые у нас работают». И снова хочется писать о тех, за кем

идут и у кого учатся...

Где-то там, где Украина почти заканчивается, там, где от ее красоты сводит дух, где кажется, что горам и лесу нет края, где дышится легче обычного, там рождаются сильные и духом и телом люди.

Сегодня наша история о руководителе региона, в котором красота городов и дружелюбие людей просто обаяли нас. Ну а самого руководителя мы не можем оставить без внимания в нашей постоянной рубрике.

Лакатош Анатолий Николаевич родился 29 января 1967 г. в поселке Воловец Закарпатской области. Уже в 15 лет Анатолий покинул родной дом и уехал учиться во Львов на железнодорожника. Это стало его первой профессией, и неспроста, он продолжал традиции целой династии железнодорожников: от деда и до внуков. Но Анатолий Николаевич не остановился на профессии машиниста - он получил юридическое образование в Санкт-Петербурге, а после закончил Академию СБУ в Украине. Увидев этого статного, спортивного, серьезного мужчину, можно сразу догадаться что он прошел серьезную школу жизни и многое повидал за свои годы.

На сегодня Анатолий Николаевич региональный директор Западного регионального центра ООО «Деливери» - должность серьезная, ответственная и интересная. А карьерная лестница в «Деливери» началась в феврале 2010года, когда Анатолий Николаевич пришел в компанию на должность управляющего складом Львов-1. С тех пор

во Львове успели открыться еще 2 представительства, транзитный склад, и сменился состав коллективов на складах, но его видение идеального коллектива остается прежним: «В коллективе самое важное – понимание и исполнительность». Не секрет, что среди сотрудников Западного региона (как и Компании в целом) очень много людей, связанных родственными связями, но это не оказывает никакого негативного влияния на работу и на настроение в коллективе. У Анатолия Николаевича и со «своими» и с «пришлыми» отношения выстроены на доверии, с реальной заботой о всех подчиненных, но вместе с тем, с требовательностью и ответственностью за неисполнительность. И наверное именно поэтому мы увидели что коллектив относится в своему руководителю с искренним уважением. Нет наверное в этом регионе сотрудника, которого Анатолий Николаевич не знает лично, с кем не перекинулся хотя бы парой слов. Добрый, общительный, требовательный, заботливый, строгий, жизнерадостный, всегда в движении, настоящий профессионал – это далеко не весь список тех слов, которыми могут охарактеризовать сотрудники своего руководителя.

А для него «Деливери» - это не просто работа, а настоящая команда, с желанием развиваться и расти, стремиться и достичь. И кажется, если б у нас сохранилась традиция ходить на парады и со знаменами, Анатолий Николаевич, нес бы флаг «Деливери» с гордо поднятой головой и с сиянием в глазах, да и администрация гордится наличием в Компании такого – энергичного, надежного и преданного своему делу человека.

Ни для кого не секрет, что в компании организуются тренинги на местах и уже многие сотрудники в регионах приняли в них участие. Сотрудники Западного региона так же в их числе. Этот тренинг собрал участников с разных уголков Западной Украины - Карпат и Закарпатья, Львова и области. Не смотря на то, что тренинг проводился в выходные дни, Анатолий Николаевич приехал поддержать всех своих перед этим новым и



волнительным для многих мероприятием. Там нам и посчастливилось пообщаться с Анатолием Николаевичем лично. Нам, как гостям из далекого Донецка было приятно видеть, с каким вдохновением, верой и любовью он говорит о своих сотрудниках, и как сложен коллектив и невольно задумываешься, что вот она наша семья «Деливери» - лучшие, сильные, умелые - настоящая команда.

Сложно представить, что Анатолий Николаевич будет стоять на месте. Он является президентом клуба тхеквондо «Говерла» во Львове, сам занимается спортом и начинает день с отжиманий. Он гордится, что в этом клубе занимался его сын, и что среди воспитанников есть призеры, которые завоевывали награды для Украины. Он из тех, кто поет гимн «Деливери» на улице, искренне и громко, из тех, кто любит свою родину, дом, семью, кто будет защищать то, что ему дорого. Всегда в движении и с позитивным настроением, считающий, что никогда нет окончательного достижения и успеха, он говорит «Вся жизнь – это успех! Каждый день – успех! Нужно только не останавливаться. Проблем в жизни нет, есть только незакрытые вопросы!».



Специалист отд. обучения
Калибаба Екатерина



Как сделать доставку грузов комфортней



Все мы пользуемся услугами в той или иной сфере и всегда хотим получить лучший сервис, лучшее качество товара, гарантии работать с лучшими специалистами. А сотрудникам «Деливери» повезло, потому что мы те, кто может не только получать, но и давать другим. Мы не просто предоставляем услуги по перевозке груза — мы заботимся о его сохранности, предлагая надежную упаковку, мы экономим время и помогаем зарабатывать, забирая и доставляя груз до дверей клиента, и мы всегда встречаем клиентов с улыбкой.

Любая компания может развиваться только благодаря сохранению старых и получению новых клиентов. Порой кажется, что все уже придумано, и ничем не удивишь любого клиента. Остается только уповать на рекламу и рекомендации, и ждать новых солидных клиентов. К счастью, в случае рекомендаций, мы можем очень сильно влиять на их количество. Даст ли клиент рекомендацию о нашей компании,

будет ли она на благо, зависит непосредственно от сотрудника, который работал с клиентом или его грузом. Побывав на многих наших представительствах, могу сказать, что в нашей компании точно хотят, чтобы наши клиенты были постоянными и регулярно появлялись новые клиенты. Наши сотрудники умеют и любят улыбаться, говорить «спасибо» и «пожалуйста», предлагать дополнительные услуги, которые создают безопасные условия перевозки грузов.

Знаете ли Вы, сколько в «Деливери» дополнительных услуг и предложений? 10, 30, 40 — слышала я ответы. На сегодняшний день их 20 и это количество планируется увеличить в ближайшем будущем. Конечно, очень важно, знают ли о допуслугах наши сотрудники, но не менее важно, знают ли о них наши клиенты, помнят ли, что на каждом этапе доставки мы заботимся о сохранности их груза и стараемся сделать перевозку максимально безопасной для груза и комфортной для кли-

ента. Задача сотрудника компании — чтобы клиент не только узнал о допуслугах однажды, но и помнил о них всегда. Клиент, отказавшийся от какой-либо услуги сейчас, может заказать ее позже или сможет рассказать о ней своим партнерам или коллегам. Ведь любой человек в супермаркете не всегда берет пакетик, но, согласитесь, предложение его слышит всегда и огорчится, если в нужный момент ему не предложат такую важную порой вещь.

Для того чтобы качественно предложить дополнительные услуги, необходимо:

- самим знать их перечень;
- поставить себя на место клиента и понять, как важна та или иная дополнительная услуга, упаковка или спецпредложение.

■ предлагать допуслуги всегда. Формируйте уважение и благодарность клиента каждый раз, когда он оправляет и получает груз, предлагая доставку или уведомление, забор груза или его упаковку в бандероль.

На отговорку «клиенты обо всех услугах знают и им ничего не нужно» — можно провести день в качестве эксперимента: говорите «Вам с доставкой?» при отправлении, звонке клиента по поводу наличия груза на складе — и Вы сами удивитесь, сколько клиентов зададут встречные вопросы: «А что это? А сколько стоит? А что это у Вас новая услуга?» Скажите при отправлении: «Вам с уведомлением?» — и Вы не за-

метите, как с миру по нитке Ваше представительство станет лидером по продаже самой дешевой, но самой удобной услуги нашей компании. Предложите «бандероль», не говоря этого странного слова, а указывая на ее выгоды: «Давайте упакуем Ваш груз в яркий, фирменный и надежный сейф-пакет!» — и Вы увидите, насколько вырастет уважение клиентов к нашей компании.

Доставка груза — это основная услуга нашей компании, а дополнительные услуги — то, что создает ее ценность. Заверните подарок в красивую бумагу, оберните золотистой лентой — его ценность и удовольствие человека от него возрастет. Научитесь экономить время клиентов, создавать стоимость той услуге, которую продаете — и Ваша база клиентов увеличится за счет тех, кто скажет: «А мне Вас порекомендовали!»



Специалист отд. обучения
Калибаба Екатерина



Цена детской улыбки

Несчастен ребенок, который на улице получает больше тепла и любви, чем дома.

Силован Рамишвили



В преддверии Дня защиты ребенка я решила написать статью, посвященную детям. Не так давно я сама стала матерью, с того момента моя жизнь кардинально поменялась. Именно сейчас я поняла, что главная ценность в моей жизни – это мой ребенок. В моей памяти навсегда останется то ощущение радости, когда первый раз в роддоме мне на грудь положили моего сына. Комочек счастья, абсолютно беспомощный и требующий заботы своих родителей.

К сожалению, не все родители могут подарить родительскую заботу своему ребенку. Часто суровая правда жизни диктует свои условия. Как часто вы задумывались о судьбах тех деток, которые растут в детских домах? Когда я смотрю в глаза этих детей, то чувствую вину за их поломанные судьбы, потому что в нашем обществе социальная защита детей в детских домах развита очень слабо. Ведь это мы не можем выделить средства на их нормальное существование, это мы не уделяем им должного внимания, потому что всю жизнь куда-то опаздываем и на такие простые, но такие важные вещи элементарно не хватает времени. А ведь

так часто эти дети нуждаются не в новой игрушке, а всего лишь в небольшом количестве времени, посвященному общению с ними.

Наша компания оказывает помощь двум заведениям такого типа: Донецкому областному дому ребенка и Макеевскому дому малютки «Пташеня». Заметьте, я не говорю, что мы занимаемся как сейчас модно говорить **БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬЮ**, мы просто помогаем детским домам тем, в чем они действительно нуждаются, о чем сами просят, и делаем это от чистого сердца. Сегодня я хочу написать о доме малютке, который расположен в городе Макеевка. Это заведение было открыто 1 июня 2006 года. Долгое время в городе существовала проблема, куда определить брошенных деток, которых оставляют матери в роддомах сразу после рождения. Поэтому по инициативе городского головы был

создан этот детский дом, в котором воспитываются дети от 2-х месяцев до 6-ти лет. Основан он на базе бывшего детского сада. Хотелось бы заметить, что в этот садик в 1984 году ходила и я. Поэтому первый раз попав в детский дом «Пташеня», я вспомнила свои ранние годы, которые я там провела. Вспомнила воспитателей, задний двор, в котором играла с другими детьми. И вспомнила, как ждала своих родителей, которые после рабочего дня забирали

меня домой. Но деток, которые сейчас находятся здесь, забирают домой намного реже...

Сейчас в детском доме «Пташеня» воспитываются 39 детей, 9 из них совсем малютки — до 1 года, 18 – от 1 года до 3-х лет и 12 детей от 3-х до 6-ти лет. Очень сильно переживают воспитатели о 3-х детках, которые в силу своего возраста (старше 6 лет), будут переведены в другой детский дом, где воспитываются дети школьного возраста. Усыновить этих детей



нельзя, так как у одной девочки мать находится в местах лишения свободы, а у 2-х других деток родители ведут аморальный образ жизни, но родительских прав еще не лишены. Кстати, это самая распространенная проблема, найти родителей брошенных детей для лишения их родительских прав очень тяжело, в основном они не живут по месту своей прописки, а без соответствующих докумен-

А в благодарность за оказанную помощь 1 июня состоится концерт, посвященный Дню защиты ребенка и Дню рождения этого детского дома. На концерте будут выступать воспитанники детского дома, на этот раз концерт будет в спортивной тематике. Видимо, Евро-2012 не обошел стороной и наше «Пташешня».



тов усыновление невозможно. Как это не парадоксально звучит, но проще тем деткам, которых оставляют матери в больнице после родов. Если по истечении 2-х месяцев родители не забирают ребенка, то их лишают родительских прав и у детей есть шанс, что они попадут в хорошую семью. «Если бы у всех детей были документы, то мы бы уже всем им нашли семьи», — говорят воспитатели детского дома.

На сегодняшний день 19 детей находятся на временном пребывании, но, к сожалению, половиной из них родители после сдачи в детский дом не интересуются и надежды на то, что когда-нибудь их заберут домой обратно очень маленькие.

Спасибо тем людям, которые имеют возможность помогать детским домам. Детского дому «Пташешня» помогают: городской голова, ассоциация строителей, народный депутат Борт В.П., а также наша компания. Когда мы первый раз спросили, в какой именно помощи нуждаются дети, то нам однозначно ответили, что никакие деньги на расчетный счет не нужны, а вот помощь делом всегда приветствуется. Так, сейчас наша компания помогает сделать ремонт в комнате, где живут самые маленькие детки, в комнате чувствовалась сырость, что очень вредно, особенно маленьким детям.



Я пишу именно об этих детях, чтобы лишний раз обратить внимание на то, что каждому из нас хоть иногда необходимо отвлекаться от ежедневной рутины и дарить любовь и заботу своим детям и тем людям, которые нуждаются в нашей поддержке.



Исполнительный директор
Самарина Е. С.



Решение конфликтных вопросов по телефону

На сегодняшний день телефон является одним из основных средств делового общения. Большинство сотрудников ООО «Деливери» взаимодействуют с клиентами компании посредством телефонной связи. Естественно, что качество этих контактов, как и непосредственное общение «глаза в глаза», формирует имидж компании.

Работая в информационном отделе, я каждый день сталкиваюсь с тремя основными группами клиентов:

◆ Первая группа клиентов звонит для получения информации (дата прибытия груза, сумма к оплате по квитанции, расположение или телефон склада и т.д.).

◆ Вторая группа – это клиенты, требующие определенных действий: предоставление счета, налоговых или регистрационных документов.

◆ И третья группа наиболее сложная – рассерженные клиенты, звонящие по конфликтным вопросам.

Возникновение в процессе работы непредвиденных ситуаций, в том числе и конфликтных, вполне естественно. И, несмотря на то, что таких обращений не много, умение быстро и эффективно помочь клиенту в большинстве случаев помогает предотвратить назревающий конфликт.

Сложность общения здесь состоит в том, что, говоря по телефону, я не вижу собеседника и не имею возможности строить разговор, ориентируясь на его выражение лица или позу, к тому же у меня нет возможности «победить» собеседника своим внешним обаянием!

И все же есть такие небезопасные стимулы, которые можно использовать в общении по телефону. К ним относится момент, выбранный для начала разговора, усиление или ослабление громкости голоса, интонация, выражающая энтузиазм или согласие.

В этой статье мне хотелось бы рассказать о навыках и умениях, полученных на тренинге «Индивидуальный подход в работе по телефону», который был проведен для информационного отдела бизнес-тренером «Деливери» Герасименко Н. М.

Одним из наиболее важных моментов в общении с клиентом (и не только по телефону) является умение слушать, особенно, если это связано с решением какой-либо проблемы.

В конфликтной ситуации первым порывом клиента является высказать свое недовольство, выпустить пар, так сказать. Наиболее грубой ошибкой здесь является перебивание его такой фразой как: «Я этим не занимаюсь!», «Я этот вопрос не решаю!», «Это не в моей компетенции, звоните в другой отдел» и т.д. Ситуация усугубляется тем, что зачастую нами делаются поспешные выводы, которые еще больше раздражают клиента, ведь создается впечатление, что от него хотят побыстрее избавиться и поэтому перебивают.

Необходимо понять, когда начать говорить самому, чтобы управлять ситуацией. Проще всего это сделать в паузу, когда говорящему нужно будет время, чтобы вдохнуть. В этот момент следует брать инициативу на себя и переходить к следующему шагу, который является ключевым в

разрешении конфликта – проявление заинтересованности в решении проблемы клиента.

Очень непростой шаг, особенно, когда приходится выслушивать массу негатива и решать проблему, в которой ты вовсе не виноват. Тут важно не поддаваться искушению ответить клиенту в том же негативном тоне. Необходимо постараться понять недовольство человека. Это легко сделать, поставив себя на его место. Тогда становится ясно, что нам звонят не для того, чтобы поругаться, а для того, чтобы обратиться за помощью. Другими словами, игнорируем эмоции и вникаем в суть проблемы.

Однако следует помнить, что интонация, с которой вы разговариваете, является одним из важных инструментов влияния на эмоциональный характер разговора. Первые десять секунд старайтесь придерживаться той же громкости голоса и темпа речи, с которой обратился к вам клиент, а потом постепенно переходите к спокойному, уверенному тону. Говорите не быстро, но и не слишком медленно. Следите за логикой ваших высказываний, аргументируйте, но не доказывайте, ни в коем случае не проявляйте недовольства и агрессии.

Первостепенная задача — дать понять клиенту, что он и его звонок действительно важен, проявить к нему индивидуальный подход. Наиболее распространенный метод — обращение по имени или имени отчеству.

Далее следует удостовериться, правильно ли вы поняли суть его проблемы и при необходимости принести извинения. Большой ошибкой на этой стадии будет попытка убедить клиента в его неправоте, даже, если это действительно так. Недопустимы выражения по типу «Этого не может быть!», «Вы ошибаетесь!» и т.д.

Неуместным будет так же попытка оправдаться: «Была не моя смена», «Мы не знали...» и т.п.

Клиента, который обратился ко мне с проблемой, вряд ли будут интересовать причины, которые привели к ее появлению. Основной его целью будет ее решение. Моя задача на этом этапе — предложить один или несколько вариантов решения вопроса. Ошибкой будет при этом употреблять выражения, навязывающие определенные условия клиенту: «Вы должны...», «Вам необходимо...» Очень часто мы сами того не замечая произносим эти слова, не обращая внимания на смысл. Однако их легко заменить ни к чему не принуждающими фразами, которые дают клиенту самостоятельно выбрать для себя наиболее подходящий вариант решения проблемы: «Возможно, для Вас имеет смысл...», «Лучше всего сделать таким образом...». Если нет возможности предложить вариант решения проблемы сразу, не нужно бояться сделать паузу. Объясните клиенту: «Я вас поняла. Подождите, пожалуйста, минуту (или больше), я уточню, что мы можем сделать», «Мы с Вами сделаем так. Я сейчас уточню всю информацию и сразу Вам перезвоню». Важно дать понять клиенту, что это наш общий вопрос, что мы вместе с ним.

Конечно, общение с клиентами в конфликтной ситуации требует крепких нервов, выдержки и «холодного ума». Поэтому важно воспринимать конфликт как рабочий момент и помнить, что для любого человека качество сервиса намного важнее цены, скорости или надежности!



Специалист инф. отдела
Савченко Елена

Солнечные Не рабочие дНИ

В жаркие солнечные рабочие дни, когда об отпуске только мечтаешь, так хочется здорово отдохнуть. Особенно, если ты сидишь на работе и при каждой свободной минутке думаешь о море или речке, пляже или рыбалке, походе в лес или прогулке в горах. Но есть одна преграда — работа, которая не будет ждать, которую нужно держать всегда под контролем.

Иногда кажется, что, наш уважаемый директор - руководитель харьковского подразделения ООО «Деливери» Тулянкин Дмитрий Валентинович, читает мысли своих работников, так как неожиданно для нас он предложил интересную поездку-экскурсию в замечательное и красивейшее место — Святогорск. Не задумываясь, мы сразу же согласились. Заодно и стимул был: выполним плановые показатели работы — поедом отдыхать. В общем, заманчиво.

И конечно, мы поехали на экскурсию. Нашему восторгу не было предела. Да и какой человек мог бы без восторга смотреть на такую красоту? Представьте только: сосновый лес насыщает воздух ароматом хвои, с моста через реку Северский Донец открывается панорама красивейших меловых гор со стоящими на их вершинах двумя памятниками разных эпох — Фигура революционного деятеля «Артема», а

Я рад что получилось организовать эту поездку. Мы все получили огромное удовольствие от посещения г. Святогорск, отдохнули и пообщались в неформальной обстановке. Я уверен что хорошее настроение и дружеские отношение между сотрудниками, не только сплочает коллектив, но и способствуют выполнению работы каждого на "отлично".

Тулянкин Д.В.

рядом расположена Свято-Успенская Святогорская лавра, от которой просто невозможно отвести восторженных взглядов. А пеще-

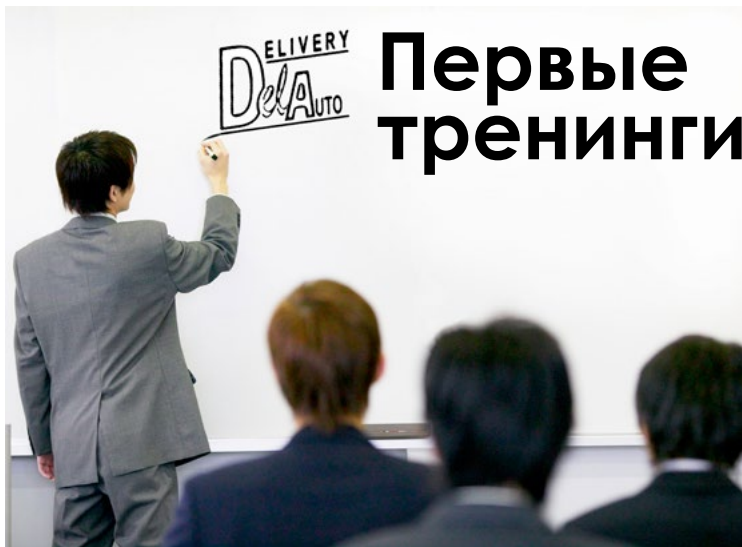
ры, в которых оборудован музей? Это же просто неопишимо! Все сотрудники нашей компании в г. Харькове, кто поехал на экскур-

сию, были очень довольны поездкой, даже не смотря на то, что мы все очень устали. Недалеко от всей этой красоты мы нашли кафе, в котором смогли спокойно расслабиться и отдохнуть от длинной, но занимательной дороги. Домой не хотелось уезжать, и мы пообещали, что обязательно еще вернемся обратно. Ведь отдыха никогда не бывает много!

Такие поездки больше сдружили наш коллектив, способствовали сближению наших семей. Мы стали не просто сотрудниками, но и друзьями. А это поможет нам не только в общении, но и в дальнейшей работе.

Коллектив г. Харьков





Первые тренинги

В КУПЕ

...Поезд тронулся и с каждым ударом колес, с каждым мелькающим в окне полустанком мы ближе к событию, которого давно ждали, ждали и волновались. Первый тренинг — это всегда событие. На тренинге мы встретимся с новыми людьми, и не просто с людьми, а с настоящими профессионалами своего дела. Сможем ли мы быть действительно полезными? Получится ли достичь запланированных результатов? Как примут? Ответы на все эти вопросы только предстояло получить.

ПЕРВЫЕ ВСТРЕЧИ

Столица встретила нас по-весеннему волнующе. И как под первыми ласковыми лучами солнышка природа набирает силы, события стремительно стали сменяться одно другим. Все, с кем нам довелось встретиться, оказались весьма приветливыми и активными. И главное, после общения все сильнее охватывало что-то вроде «мы с тобой одной крови». Несмотря на то, что знакомились впервые, с первой минуты было понятно, что мы из одной компании, для которой понятие «дружный коллектив» — не просто слова. Каждое представительство, на котором нам довелось побывать — это как комната в большом доме, где живет большая дружная семья. Но каждая квартира, как водится, носит характер своих хозяев. Где-то сразу бросается в глаза хозяйская заботливость и порядок, где-то видно, что здесь работают люди, готовые искать и экспериментировать, где-то работа кипит и темпы ее такие, что даже поговорить с сотрудниками было сложно. Самое главное то, что везде, где нам довелось побывать, особая роль всегда отводилась Его Величеству — Клиенту!

Другу. Партнеру. Гостю, который пришел к нам впервые.

САМ ТРЕНИНГ

В день тренинга волновались все. Мы — те, кто приехал, чтобы показать новые формы работы, научить стать еще профессиональнее. Участники тренинга, многие из которых впервые принимают участие в подобном мероприятии, и руководство компании и региона, которые чувствуют большую ответственность за все, что происходит с их сотрудниками.

Тренинг порадовал. Профессионалы смогли поделиться своим опытом, при этом освежить свои знания и даже взглянуть на многие традиционные подходы в своей работе с новой точки зрения. Операторы и логисты, чей стаж в «Делавери» исчисляется одним или несколькими месяцами, получили реальный опыт и уверенность, которая так необходима для профессиональной работы. Все — много положительных эмоций просто от общения с единомышленниками и от тех открытий, которые то и дело случались. Помните, как мы считали до 33... У нас получилось! Мы это сделали!.. Но важнее даже другое — вывод о том, что любой результат достижим, если все сосредоточены на одной общей цели, если каждый думает не только о том, как правильно выполнить свою индивидуальную задачу, а и о том, как мы сможем сделать это вместе. В ходе тренинга все мы еще раз убедились в том, что великая сила цели способна творить чудеса как в работе, так и в жизни. Успех действительно достижим только тогда, когда ты точно знаешь, что такое твой успех, когда есть ответ на вопрос: «Как я пойму, что цель достигнута?»

Было трудно, интересно, весело и удивительно одновременно,

но главное результативно! Были фразы, которые стали практически крылатыми. © Например: «Теперь я знаю, что «невостремб» отправляется одним местом».

Вот как озвучили результаты своего участия в тренинге киевские коллеги:

• *Проверила то, что знала. Поняла, что чтобы быть профессионалом, нужно знать больше, чем сейчас.*

• *На тренинге первый раз — оказалось, что интересно.*

• *Усовершенствовала знания, так как что-то забылось, а что-то и не знала.*

• *Тренинг явился толчком в работе, нужно лучше учиться. Мои шансы в конкурсе «Лучший оператор» увеличились.*

• *Много нового. Полезно, продуктивно. Все познакомились.*

• *Выяснилось, что не все знаешь. Хочется еще посетить подобные тренинги. Очень много полезной информации.*

• *Отложились определенные решения.*

• *Тренинг дал умение выходить из ситуаций, которые вводят тебя в ступор.*

• *Тренинг открыл для меня много информации и ситуаций, из которых можно выйти по-другому.*

• *Не хотел идти, как и большая половина участников, изменил мнение. Оказывается мне есть чему учиться. Пересмотрю сегодня же все записи. Завтра же буду применять.*

И снова поезд. Теперь в Харьков. Снова волнения. Теперь больше от предвкушения результатов. Другой город, другие традиции, другие клиенты и представительства, но снова такое приятное чувство — Компания одна — сильная своим опытом, традициями и сотрудниками. Уже во время встреч на представительствах много ярких впечатлений — от объемов, от ощущения стабильной динамики и от людей, которые каждую нашу рекомендацию принимают. Причем, не только принимают, но и применяют здесь же.

Нас ждали. У сотрудников масса вопросов и интересных предложений...

Тема допусслуг пользуется особой популярностью и, отвечая на вопросы наших коллег по компании, мы сами находим новые интересные и вместе с тем оптимально простые модели работы. После тренинга мы точно уверены, что все клиенты Харьковского

региона смогут по достоинству оценить заботу компании об их удобстве, смогут в полной мере воспользоваться нашими дополнительными услугами при помощи специалистов по работе с клиентами г. Харьков. А наши операторы, логисты и заведующие складами (на тренинге впервые, кроме операторов и логистов, приняла участие заведующая складом Харьков-4) смогут получать от работы больше удовольствия, потому что когда выигрывает клиент — выигрываем и мы!

Перелистывая в памяти моменты нашего общения, хочется сказать спасибо всем, кто с доверием и заинтересованностью в успехе нашей родной компании и каждого ее представительства активно участвовал во всех тренинговых процедурах. Всем, кто задавал вопросы. Благодаря Вам программа обучения прибавила в своей практической ценности. Каждому, с кем нам довелось встретиться, познакомиться и, конечно же, подружиться!

Мы очень волновались, но результат того стоил. Слова участников в итоговых анкетах: «В будущем хотела бы еще принять участие в таких тренингах» — подтверждают результативность такой формы работы как нельзя лучше.

За два с небольшим месяца нашего выездного обучения накопилась статистика, которая отражает масштабы нашей компании, ее возможностей и дает повод гордиться.

Уже более 60 сотрудников приняли участие в тренингах по стандартам качественного сервиса.

Команда отдела оценки и развития персонала посетила и провела обучение в действии в 11 представительствах нашей компании.

Познакомились и нашли общие темы и решения с более чем 100 сотрудников различных представительств.

Интерес и активное реагирование наших коллег на обучение добавляют нам сил и желания работать дальше. Так что ждите в гости!



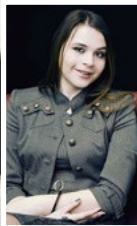
Бизнес-тренер Герасименко Н.М.



ГДЕ ОТДОХНУТЬ ЛЕТОМ

ЗА 12.000 грн.

Итак, давайте детальнее рассмотрим, где отдохнуть летом 2012 и вложиться в 12 000 грн.



Нач. отд. рекламы Саморокова Юлия

Каждый человек с приходом лета начинает задаваться вопросом, где лучше всего отдохнуть. Но перед тем как выбирать место для отдыха, следует учесть финансы, которыми вы располагаете, и то, что вы хотите получить от данного отдыха: кучу эмоций, увидеть исторические памятники, посетить новые места, разнообразить свою жизнь или просто спокойно отдохнуть.

Критерии отбора:

Количество человек: 2 взрослых
Даты вылета: ИЮЛЬ
Количество ночей: 7-9
Тип питания: Всё включено и выше
Звёзды: 4* и выше
Авиаперелёт: включён

Египет

4* начиная от 1100\$ (в зависимости от курорта),
5* - от 1400\$

Эта древняя страна с богатыми культурными традициями и развитой туристической инфраструктурой привлекает путешественников со всего мира. В Египте можно отдыхать круглый год, но самое «пиковое» время — Новый год и рождественские каникулы. Отдых в Египте — это великолепная Хургада, популярный Шарм-эль-Шейх, Эль Гуна, которую называют египетской Венецией, климатический санаторий Сафага, Макади Бей, полюбившийся дайверам Дахаб, Таба — Египет был и остается страной самого недорогого массового пляжного отдыха. В Египет, на побережье Красного моря, «слетаются» серферы и дайверы: одни ловят волну, другие погружаются под воду — полюбаваться кораллами. Прекрасный климат, теплое море, широкие песчаные пляжи, качественные отели, разнообразные экскурсии, бьющая через край экзотика — все это делает отдых в Египте незабываемым.

Средняя температура в июле — 30-40 градусов по Цельсию.

Что посмотреть?

Карнакский храм, Мечеть Аль-Азхар, Абу-Симбел, Рас Мухамед, Гору Монсея, Каирский музей, Колоссы Мемнона, Луксорский храм, Музей ислама, Александрийскую библиотеку, Форт Кай-Бей, Храм царицы Хатшепсут, Мединет Хабу — поминальный храм Рамсеса III, Долину Царей.



Турция - 4* от 1200\$, 5* - от 1400\$.

Отдых в Турции всегда ярок и незабываем из-за удивительного сочетания восточного колорита и западного сервиса. Турецкое побережье — одно из самых популярных мест отдыха среди туристов всего мира. Секрет такой популярности очень прост: большой выбор отелей, широкий спектр цен и благоприятный климат делают отдых в Турции возможным практически круглый год. Турция подарит Вам возможность ощутить пресловутый «ритм жизни» — ритм античной истории и загадочного Востока, тысячелетних традиций гостеприимства и последних новинок туристической индустрии и отдыха.

Средиземноморское побережье Турции местные жители называют Белым морем, а приезжие предпочитают называть эти места Бирюзовым берегом — за красоту воды и исключительно живописное побережье, изобилующее бухтами и заливами. Туристическая инфраструктура Турции от Бодрума до Алании очень современна и рассчитана на различные категории туристов — от VIP до студентов —, включая семейный пляжный отдых.

Средняя температура в июле — 30-35 градусов по Цельсию

Что посмотреть?

Остров Кекова, Собор Святой Софии, Голубую мечеть, Крепость Алании, Хиераполис, Аспендос, Дамлатас, Дом-часовню Девы Марии на Соловьиной горе, Водопады Дюден, Мира, Достопримечательности Демре, Театр Сиде, Памуккале.



Тунис - 5* от 1500\$

Тунис, хоть и не так давно, но довольно активно стал принимать участие в туристическом бизнесе, предлагая два привлекательных для путешественников направления — пляжный отдых и талассотерапия. Пожалуй, второе можно

поставить во главу угла — именно процедуры красоты и омоложения своим высоким качеством и относительной дешевизной пользуются наибольшей популярностью. В Тунисе более щадящий климат, чем в Египте, не так все привычно, как в Турции, и не так дорого, как в Эмиратах. Удобные песчаные пляжи, неплохой сервис, но давно не обновлявшаяся отельная база известных курортов — Монастира, Махдии, Сусса и Хаммамета — немного портят впечатление от посещения страны. Хотя последнее время тунисцы активно работают над повышением уровня предоставляемых гостям услуг. Открылось новое направление — остров Джебра — где во всю ведется строительство современных отелей и СПА-центров.

Не менее интересно, чем пляжи и оздоровительные процедуры, посмотреть на достопримечательности, сохранившиеся на территории Туниса, принять участие в захватывающих пустынных сафари или погулять в финиковых лесах.

Средняя температура в июле — 27-32 градусов по Цельсию

Что посмотреть?

Сиди-Бу-Саид, Амфитеатр Эль Джем, Медина, Синагога Гриба, Матмата, Бордж-эль-Кебир, Хумт Сук, Карфаген, Удна, Катакомбы, Мавзолей семейства Бургибы, Руины г. Пуппунт, Большую мечеть Сиди-Окба.

Греция. Крит

- 4* от 1200\$, 5* - от 1300\$

Ираклион — современная столица Крита, центр культурной жизни острова. К его курортной зоне относятся ближайшие города Амудара, Гувес, Херсониссос, Малия и Сталида. Практически все они изумительно подходят молодежи, благодаря веселой и непринужденной атмосфере, а также множеству развлечений. Прекрасно оборудованные песчаные пляжи, чистейшее море и ласковое солнечное порадуют любителей купания и загара. А посещение аквапарка «Water City» приятно дополнит отдых семей с детьми всех возрастов. В Ираклионе прошлое и настоящее идут рука об руку, создавая неповторимую атмосферу: бутики престижных марок соседствуют с древним критским рынком, традиционные семейные таверны с ночными клубами, а памятники венецианской архитектуры окружены современными жилыми и офисными комплексами. Именно здесь Вы сможете понаблюдать за обычной жизнью островитян, отправиться на шопинг и прогуляться по старому городу, который до сих пор окружен вековыми крепостными стенами

Средняя температура в июле — 25-30 градусов по Цельсию

Что посмотреть?

Винодельню Стиронас, деревню Аролифос, Ираклион, Кносский дворец (Лабиринт Минотавра), Музей Лихностатис.

