

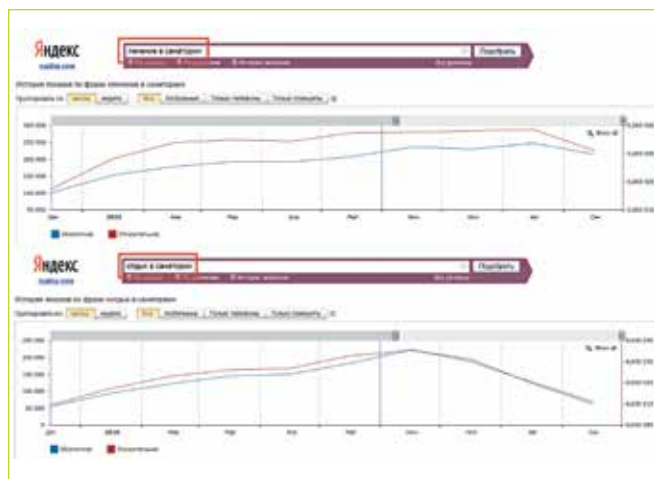
# КАК САНАТОРИЮ ИЗБАВИТЬСЯ ОТ ОШИБОК ПРИ ПРОДАЖАХ В ИНТЕРНЕТЕ



**Александр Галочкин,**  
основатель и генеральный  
директор IT-компании  
Travelline, г. Москва

В 2015 году аналитики Travelline проверили, как российские санатории готовы к интернет-продажам. Уже в ходе исследования выяснилось, что пора спасать ситуацию: большинство принимало брони только по телефону или запросу на сайте, заставляя клиентов ждать ответа. Часто на сайте нельзя было узнать о номерах, путевках, ценах, или он отсутствовал вообще.

Тогда команда Travelline стала помогать санаториям увеличивать онлайн-продажи. В то время в Интернете повышался спрос на санаторно-курортные учреждения. Еще до начала 2016 года в Яндексе начала расти динамика запросов со словами «отдых в санатории» и «лечение в санатории». Этот интерес не угасал вплоть до конца туристического сезона.



Количество запросов в Яндексе на отдых и лечение в санатории в 2016 году росло до самого спада туристической активности

В Сети санаториями интересуются люди, как правило, не достигшие пожилого возраста, работоспособные, готовые пользоваться платными медицинскими услугами. Привлечь их можно с помощью современного сайта, который легко найти в поисковиках вроде Яндекса и Google. И на котором клиенты могут узнать про номера, программы и тут же забронировать.

## ОШИБКИ САНАТОРИЕВ НА ОФИЦИАЛЬНОМ САЙТЕ

Информативный сайт с быстрым и удобным онлайн-бронированием – это идеальные условия для онлайн-продаж санаториев. При анализе санаторного рынка подобные примеры встречались единично. Зато с ошибками онлайн-продаж санаториев мы сталкивались куда чаще. Вот самые распространенные из них:

**Продажи только по будням.** Представим картину: вечер пятницы, человек звонит в санаторий, по телефону уже не от-

вечают. Он заходит на сайт, заполняет форму бронирования по запросу и ждет обратной связи.

За время ожидания клиент может забронировать место на Booking.com или в онлайн на сайте другого санатория. И тогда звонок от первого санатория в понедельник утром уже ни на что не повлияет. От таких историй защищает модуль онлайн-бронирования, который продает круглосуточно и без выходных.

**Сложная структура.** Когда гости заходят на сайт санатория, они должны сразу понимать, какие у него есть услуги и как их забронировать. Этого не произойдет, если у сайта нет понятных разделов с описанием номеров, оздоровительных и лечебных программ, спецпредложений.

Такая проблема часто встречается на сайтах, собранных на конструкторах. В них не учитывается специфика продаж санаторных услуг. Поэтому важно выбирать разработчиков, у которых уже есть опыт создания сайтов для санаторно-курортных или гостиничных объектов. Они добавят необходимые разделы и кнопки бронирования, и гости смогут купить номер и путевку с любой страницы на сайте.

**Нет окончательной цены.** Гостям сложно ориентироваться в прайсах и тарифной сетке санаториев с множеством оздоровительных и лечебных программ. Если вся информация хаотично размещена на сайте, вычислять конечную цену проживания и лечения сложно. От этой проблемы освобождает модуль бронирования, который сам считает стоимость номера, путевки, дополнительных услуг и показывает гостю итоговую сумму.

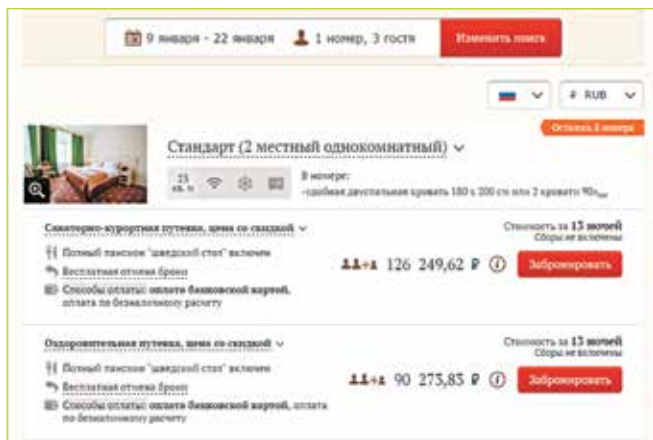
**Выставление счетов на оплату вручную.** Когда санаторий выставляет счета в ручном режиме, тратится время и персонала, и гостей. Современные же системы бронирования поддерживают максимум способов оплаты (в том числе электронных) и автоматически отправляют договор и счета на оплату.

## КАК ДОЛЖНО РАБОТАТЬ БРОНИРОВАНИЕ НА САЙТЕ САНАТОРИЯ

Мы установили на сайты инициативных санаториев из России и Беларуси модуль онлайн-бронирования Travelline с функционалом, который им необходим. Вот каким образом он работает:

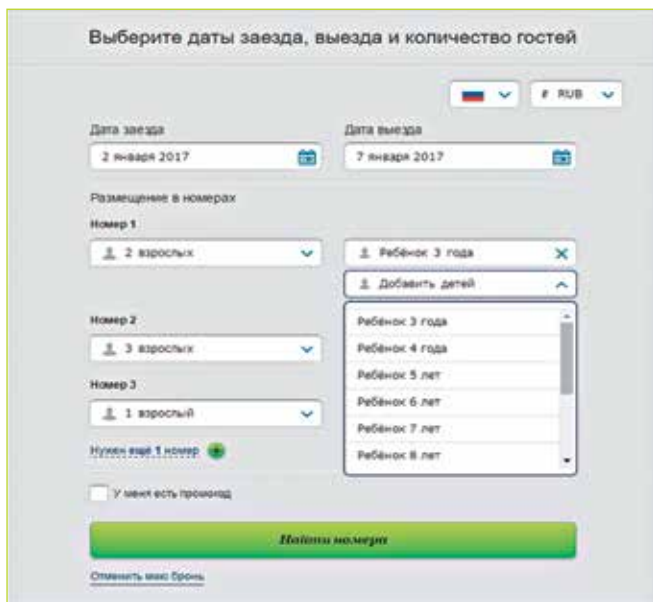
Продает оздоровительные и лечебные путевки. Заселять клиентов по программам с лечением и без – не трудно, если

завести каждую путевку как отдельный тариф. Каждая из них настраивается под категории номеров и с любым набором услуг, а модуль TravelLine показывает доступные путевки при бронировании. Для выбора гость просто один раз нажимает на кнопку «Забронировать».



Через модуль бронирования TravelLine продаются номера и по оздоровительным, и по лечебным программам

**Автоматически расселяет гостей.** Наш модуль бронирования подбирает подходящие гостю номера по дате заезда, количеству взрослых и детей. Он учитывает даже возраст каждого ребенка и точно рассчитывает стоимость номера со всеми условиями.

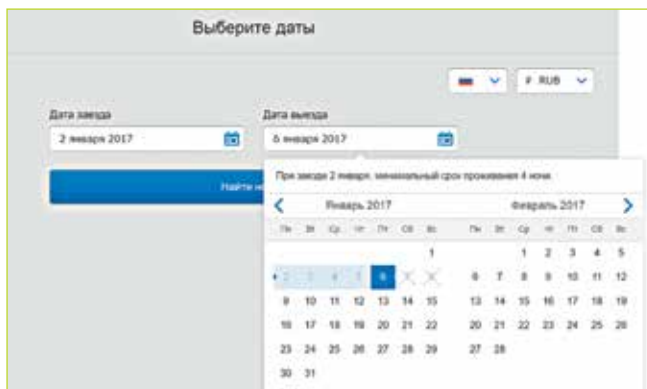


Модуль бронирования TravelLine автоматически расселяет гостей, в том числе детей разных возрастов

**Наглядно показывает доступные даты.** Сроки, на которые можно заезжать по лечебной путевке, удобно отображаются в календаре бронирования. Чтобы эта функция работала, санаторию нужно указать минимальный срок проживания по тарифу с путевкой.

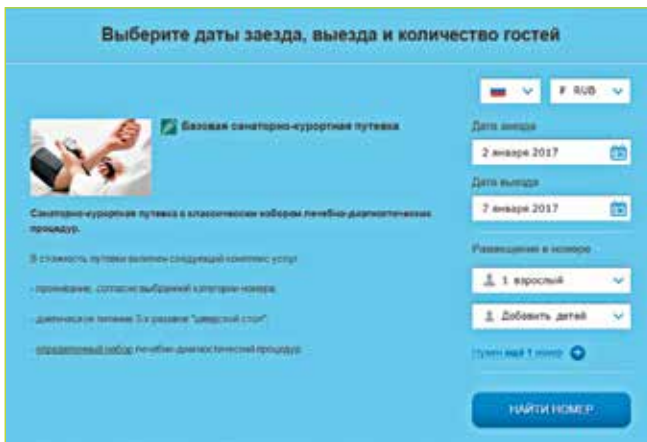
**Управляет датами заезда и выезда.** Система TravelLine поддерживает подневной режим бронирования, то есть позволяет заселять гостей на один день: с восьми часов утра до восьми вечера.

Выбирать доступные даты для заезда и выезда санаторий может самостоятельно. Это снова полезно для продаж лечебных программ. Дни, в которые заезжать нельзя, также будут видны клиентам в календаре бронирования.



Дни, в которые нельзя заезжать, и минимальный срок проживания видны гостям в календаре

**Продает путевки в один клик.** Гостю достаточно нажать на кнопку «Забронировать» рядом с понравившейся путевкой на сайте. А модуль запомнит все ее условия и «довеет» до покупки. Кстати, описание путевки клиент при бронировании тоже увидит.



Гость в один клик попадает из раздела с предложениями санатория на форму бронирования понравившейся путевки

**Подстраивается под экраны смартфонов.** Аудитория, которая готова пользоваться услугами санаториев, молодеет, и у ее представителей есть общая черта – наличие смартфона. С него заходят на официальный сайт санатория, изучают его услуги и все чаще бронируют.

Даже если сайт санатория не адаптируется под мобильные устройства, модуль TravelLine подстроится под экран смартфона – никакого мелкого шрифта и возможности промахнуться мимо кнопки или ссылки. Поэтому от процесса бронирования гости получают пользу, а не раздражение.



Модуль онлайн-бронирования TravelLine подстраивается под любой размер экрана мобильного устройства

## КАК ЕЩЕ ПРОДАВАТЬ В ИНТЕРНЕТЕ

Помимо официального сайта у санатория есть еще несколько вариантов для продаж в Интернете. В первую очередь, это онлайн-каналы наподобие Booking.com. Кстати, именно «Букинг» возглавляет ТОП-3 каналов по загрузке санаториев. За ним по количеству броней следуют «АЛЕАН» и «Санатории России».

Минимум три источника уже есть, но как следить за продажами в них и одновременно с сайта? Для этого существует специальный сервис для управления каналами продаж «TravelLine: Channel Manager». Он делает это самостоятельно, избавляя

от ручного обновления цен и доступности номеров в личном кабинете каждого канала, делая это самостоятельно.

С таким инструментом у персонала санатория появляется время для выполнения других задач, а информация на всех ресурсах остается актуальной. Кстати, в октябре 2016 года отельеры Независимого гостиничного альянса назвали его самым популярным менеджером каналов у российских отелей.

А что касается комиссионной выплаты каналам, то есть смысл задуматься, что лучше для санатория: пустые номера или номера, проданные каналом за вознаграждение?

Также обратите внимание на электронные каталоги. Через них вы можете заявить о санатории будущим гостям, когда они ищут место для отдыха или лечения и еще не определились с учреждением. На таких ресурсах собрана основная информация о санаториях – например, адрес, контактные данные для связи. Введите в поисковике запрос «санатории», и вы найдете много каталогов, в которых стоит зарегистрироваться. Как правило, регистрация в них бесплатна.

Отдельное внимание уделите GoogleMyBusiness, Яндекс.Картам, 2GIS. Здесь нужно быть обязательно, потому что это самые популярные справочники у интернет-пользователей.

## ЧЕГО САНАТОРИИ ДОСТИГЛИ В ИНТЕРНЕТЕ

Санатории, которые позаботились о сайте с удобным онлайн-бронированием и настроили продажи в других онлайн-каналах, сейчас активно получают гостей из Интернета. Реальный пример – наш клиент-санаторий в курортной зоне России. Количество его онлайн-броней стабильно росло до конца лета. В конце сезона произошел естественный спад туристической активности.



Количество заездов в 2016 году по бронированиям с официального сайта санатория и других онлайн-каналов росло до конца сезона

Кстати, есть небольшой секрет, как не зависеть от сезонности. Для этого есть еще один пример – тоже наш курортный санаторий. В сезон он принимает клиентов по оздоровительным программам, а в несезон загружается по лечебным путевкам. Так санаторий запускает закономерный процесс: вместо «отпускников» в несезон активно едут пенсионеры (55+).



Санаторий контролирует загрузку в сезон и несезон, управляя оздоровительными и лечебными программами

Грамотно выстроив систему продаж с сайта санатория и из других онлайн-каналов, вы не просто увеличиваете загрузку номерного фонда и спрос на путевки. Вы смещаете акцент с реализации через посредников (к примеру, через бюджетные организации) на собственные продажи, которые контролируются вами, а не «третьими силами».

Если у вас есть вопросы или задачи, которые вы хотите решить с командой TravelLine, звоните на **8 800 555-20-30**.

Мы избавим ваш санаторий от ошибок в Интернете и вместе увеличим онлайн-продажи. ■



**ЕЛЕНА ГАБДУЛЛАЯНОВА, начальник планово-экономического отдела санатория «Крутушка»:**

«После того, как мы активно занялись развитием прямых продаж с сайта, количество его посетителей выросло в 2,5 раза по сравнению с предыдущим годом. Мы также видим рост количества броней номеров и путевок. Сейчас мы уже на 14% чаще продаем путевки

в свободной реализации (не через тендеры и госконтракты) и планируем, что рост продаж за год может достичь 30%».