

Экскурсии на производство от туроператора «Магазин путешествий»

Туроператор «Магазин путешествий»

Наталья Матвиенко, директор по развитию

Matvienko-magput@mail.ru

«Магазин путешествий» - крупный экскурсионный туроператор, работает с 1997 года. Туроператор большое внимание уделяет экскурсиям на производство. Они пользуются большой популярностью как у индивидуальных туристов (в составе сборных групп), так и у групп школьников.

Хиты ассортимента «Магазина путешествий»:

- «Ароматные сказки Коломны» (с посещением фабрики коломенской пастилы),
- «Чудо русской провинции» (с посещением фабрики белевской пастилы),
- «Магия цветов» (с посещением агрокомбината «Московский»),
- «В гостях у кондитера» (с посещением частного кондитерского цеха),
- «Волшебные грани бриллианта» (с посещением ювелирного завода),
- «Пенные брызги шампанского» (с посещением завода шампанских вин),
- «Попробуй Тулу на вкус!» (с посещением фабрики тульского пряника и Тульского молочного комбината),
- «Если б было море пива...» (с посещением пивоваренного завода).

Под запрос школьных групп проводятся экскурсии на хлебобулочный комбинат и фабрику шоколада, а также другие экскурсионные программы.

Конечно, организовать экскурсии на производство – задача не из простых. Не все руководители фабрик идут навстречу, не везде допустимо присутствие людей, не везде есть помещения для приема туристов, где-то есть ноу-хау, которые не должны быть доступны кому-либо кроме работников предприятия. Сложностей немало.

Но руководители предприятий, которые понимают важность производственного туризма, находят способы решения этих проблем, и ниже я расскажу о некоторых вариантах.

Для чего вообще предприятию пускать к себе туристов? Казалось бы: задача предприятия – производить качественную продукцию и продавать, и все развитие предприятия должно быть сосредоточено на этом.

Но в нынешние времена появился еще один важный для любого предприятия момент: **имидж**. И он формируется в том числе при помощи организации производственных экскурсий. Если предприятие готово пустить к себе туристов – значит, ему нечего скрывать, а это всегда повышает имидж в глазах потребителей. Вспомните практику фаст-фудов McDonald's – когда шла волна негатива о качестве продукции, компания запустила бесплатные экскурсии на кухню и показывала всем желающим весь производственный процесс, чтобы посетители могли убедиться в натуральности продукции, в чистоте и других моментах работы ресторанов быстрого питания.

Для предприятия организация экскурсий – это существенное повышение лояльности клиентов. Если человек побывал на экскурсии на пивоваренном заводе – то наверняка, увидев в магазине на полке знакомое пиво, он вспомнит: «О, я видел, как его делают!» и, скорее всего, из многих брендов выберет именно его.

Часто экскурсии используются для популяризации продукции. К примеру, такой редкий продукт как белевская пастила, становится все более и более популярным не только из-за расширения сбытовой сети, но и за счет экскурсий на предприятие. Люди видят экскурсию, интересуются, обсуждают друг с другом и экскурсию, и сам продукт, что повышает в целом интерес к продукции.

Конечно же, производственный туризм – это еще и прямые продажи. Когда после посещения фабрики, завода, комбината у туристов есть возможность приобрести продукцию в фирменном магазине без розничной наценки – люди этим активно пользуются. После экскурсии «Попробуй Тулу на вкус» в магазине при молочном комбинате не остается знаменитого йогурта со вкусом пряника – туристы все увозят с собой. После экскурсии на фабрики белевской и коломенской пастилы туристы скупают пастилу по несколько коробок: себе и на подарки. После экскурсии «Магия цветов» туристы попадают в магазин агрокомбината «Московский», где с удовольствием приобретают и овощи, и комнатные растения, которые выращиваются на комбинате.

Так как же руководители предприятий решают непростые организационные вопросы?

Несколько примеров.

На Тульском молочном комбинате туристы надевают одноразовые халаты, шапочки и бахилы и проходят только в те помещения, где производство полностью закрытое. Там, где посторонние люди не должны соприкасаться с продуктами, туристы смотрят на процесс производства из специально обустроенной стеклянной галереи.

На фабрику белевской пастилы группа попадает в день, когда производство не работает (в выходной), и несколько сотрудников фабрики показывают процесс создания продукта «в демо-режиме», на небольшом количестве продукции. Некоторые объекты представляют собой ноу-хау, поэтому туристам не разрешают их фотографировать. Также при фабрике

строится специальное дополнительное здание для приема туристических групп и более комфортной дегустации пастилы.

На пивоваренном заводе все производство проходит в закрытом режиме, поэтому присутствие посторонних (даже без одноразовой одежды) никак не отражается на продукте.

На ювелирном заводе полностью запрещено фотографирование, даже на мобильные телефоны.

Так что многие организационные вопросы при желании решаются. Можно переписывать паспортные данные туристов при пропускном режиме. Если часть производства является секретной – эту часть можно не показывать или не разрешать фотографировать. Можно выдавать бахилы и одноразовую одежду, чтобы соблюдать чистоту на предприятии. Можно попросить туристов подписать технику безопасности или какие-либо другие документы. О каких-то этапах производства, которые нельзя посмотреть «живьем», можно снять небольшой видеоролик и продемонстрировать до или после экскурсии.

Разумеется, чтобы экскурсионная программа прошла на отлично и запомнилась экскурсантам только позитивом, ее организация должна быть на хорошем уровне.

Важно продумать, где туристы могут оставить верхнюю одежду, какое количество туристов позволяют разместить помещения, сколько сопровождающих нужно выделить для группы. И еще – кто из сотрудников сможет выступить экскурсоводом. Важно рассказать о производстве так, чтобы заинтересовать туристов и чтобы у них остались об экскурсии приятные воспоминания, а значит, и позитивное мнение о продукции предприятия.

Мы надеемся, что со временем все больше предприятий будут готовы к организации экскурсий. Мы как туроператор готовы помочь привлечь туристов на интересные программы.

Если у вас есть предложения по организации производственных экскурсий, вы можете отправить информацию о нем по адресу: matvienko-magput@mail.ru.

Спасибо за внимание!