

BRANŻA TURYSTYCZNA | Świetna organizacja i nastawienie na potrzeby klientów - ITAKA gotowa na JAKOŚĆ ROKU 2012

Inspirują nas marzenia

Rozmowa

z **Piotrem Henicem**,
wiceprezesa Zarządu
Nowa ITAKA Sp. z o.o.

Marka ITAKA, jako lider wśród touroperatorów, swoją pozycję buduje już od ponad dwudziestu lat. Co przyczyniło się do takiego sukcesu?

- Na początku był pomysł i grupa ludzi Kochających podróż. Towarzystwa się nie zmieniła odwaga i wielka determinacja w dążeniu do realizacji wyznaczanych celów. Dodać do tego odrobiny szczęścia, otrzymujemy gotowy przepis na nasz sukces. Braliśmy banalnie jednak wszystkie osiągnięcia nawiązujemy wyłącznie własnej pracy, wykonywanej z pasją i dostarczającej dużej satysfakcji. ITAKA to przede wszystkim pracownicy. Zawsze przygłaszaliśmy osoby kreatywne, ciekawe świata, zarzące pasją zwiedzania i potrafiące tworzyć wykorzystając swoje zainteresowania w pracy.

Jak zaczęła się Państwa przygoda z podróżami?

- W 1989 roku, kiedy stawialiśmy pierwsze kroki, branża turystyczna miała diametralnie inne oblicze, a klientom kierowały inne wartości. Mniej znaczenie miało sposób i czas podróży. Istotną natomiast stała się w ogóle sama możliwość przekroczenia granicy i związane z tym posiadanie jakiegoś prestiżowego w tamtych czasach, paszportu. Rozpoczynając działalność bardzo elastycznie reagowaliśmy na zachodzące w Polsce i w Europie zmiany. W tamtych czasach, gdy popyt był wielki, nieśmiało podaż, klienci ustawiali się pod biurem od rana w kolejki. Na pierwsze wyjazdy do Włoch mieliśmy wprowadzić tzw. listy rezerwowe dla wszystkich zainteresowanych. Pracowaliśmy w pocie czoła nabywając cały czas doświadczenia w swojej dziedzinie. Zaowocowało to poszerzeniem oferty na inne destynacje, pierwszymi wyjazdami czarterowymi, zbudowaniem sieci sprzedaży oraz otwarciem kolejnych salonów.

Dzisiaj sytuacja jest odwrotna. W Polsce i w całym świecie ma miejsce „nadprodukcja” turystyczna, a rynek rzadziej przyciąga i wartości, we dług których działacie?

- Swoją misję postrzegamy jako pomaganie klientom w realizacji ich marzeń, czyli stworzenie realnych i bezpiecznych możliwości dotarcia do miejsc teoretycznie dla nich niedostępnych. A wartości wyrażamy najlepiej w hasle „myślimy



Zarząd Biura Podróży ITAKA (od lewej): Mariusz Jańczuk, Leszek Szagaj, Piotr Henicz, Michał Wróbel

Proszę powiedzieć, dokąd klient może wybrać się z ITAKA?

- Turystyka XXI wieku coraz częściej podlega tak zwanemu „modzi”. Dlatego z każdym sezonem dopasujemy ofertę do potrzeb rynku. Co więcej, wielu klientów ITAKI korzysta z naszych usług od lat, dlatego musimy zawsze dopinaczkować nowymi, interesującymi propozycjami. Jak każdy z dużych touroperatorów europejskich posiadamy obszerny pakiet propozycji w krajach basenu Morza Śródziemnego. Bogactwo kulturowe oraz krótki czas podróży to podstawowe walory tego regionu. Równie dużym powodzeniem cieszą się bardziej egzotyczne kierunki, takie jak: Kenia, Dominikana, Wenezuela, czy indyjskie Goa.

z pewnością tak urozmaicona oferta trafiła do wielu osób. Kto do nich należy?

- Wszyscy ciekawی świat! Jako organizator masowej turystyki, sprzedajemy rocznie blisko pół miliona miejsc dbamy, aby każdy klient znalazł coś dla siebie. Dlatego dzielimy naszą ofertę na: ze względu na rodzaj transportu: autokarem lub samolotem, a także w zależności od ich charakteru: na biznesowe, rodzinne, romantyczne dla dwojga, czy również popularne dla singli. Oferta katalogowa jest tak bogata, że wprowadziliśmy podział na kategorie hoteli i wycieczek. Nową kategorią są hotele szczególnie polecane na podróże posłubną. To tylko jeden z dowodów na dopasowanie wycieczek do urozmaiconych potrzeb klientów.

Co Państwa codzienna praca urokliwa jest na sprzecznym świecie przed-świątecznej i wartości, we dług których działacie?

- Swoją misję postrzegamy jako pomaganie klientom w realizacji ich marzeń, czyli stworzenie realnych i bezpiecznych możliwości dotarcia do miejsc teoretycznie dla nich niedostępnych. A wartości wyrażamy najlepiej w hasle „myślimy

Czym zaskakuje oferta ITAKI w sezonie 2012?

ITAKA to najbardziej zróżnicowana oferta wyjazdów do najładniejszych miejsc w najciekawszych miejscach świata. Touroperator w najnowszych katalogach LATO 2012, dostępnych od listopada ubiegłego roku, zawarł blisko 60 nowości wycieczkowych na terenie Włoch, Grecji, Hiszpanii i Chorwacji. Ponadto pasażerzy program wyprawowy i zabudni o jeszcze szerszą dostępność ofert, otwierając nowe salony w Warszawie, Katowicach, Krakowie, Łodzi, Nowym Sączu, Białymstoku czy Zamósiu.

Aktualnie ITAKA oferuje: wycieczkę na blisko 100 destynacjach na całym świecie, ponad 600 hoteli i 150 różnych tras wycieczkowych.
- Nowością są czartery do Chorwacji, a dokładnie do hoteli na wyspie Korčula i w okolicy Dubrownika. Coraz popularniejsza staje się także Czarnogóra i słoneczna Gruzja - informuje Piotr Henicz, wiceprezesa zarządu Nowa ITAKA Sp. z o.o. - Gościńmi miesz-

kańcy, wspaniały klimat, piękne okolice, plaże, znakomita kuchnia, wykwintne wina i niepowtarzalny folklor sprawiają, że miejsca te cieszą się coraz większą popularnością - dodaje.

Ponadto do oferty powracają wycieczki w Sardinii, której fenomen wyraża się w niezwykle urozmaiconym wyborze bajkowych zatok i wyspach, piaszczystych plażach połączonych z urwistymi skałami, a przede wszystkim czystego smaragdowym kolorem, kryształowo czystego morza.

Od dwóch lat ITAKA z powodzeniem realizuje projekt „Podróż w stylu swiaw”. Tym samym do dyspozycji klientów oddane zostały kolejni katalogi ITAKA-KARAWAŁ z nowymi ambasadorami marki, którzy polecają swoje ulubione kierunki wycieczek.

Już wkrótce ukaże się katalog na sezon ZIMA 2012/2013, w którym również nie zabraknie nowości. Zachęcam do śledzenia informacji na ten temat na naszej stronie www.itaka.pl oraz na Facebooku.

o Tobie, myślimy o innych”.

Na dowód tego, z wielkim zaangażowaniem nazwaliśmy w 2009 roku współpracę z UNICEFem. Za jego pośrednictwem wspieramy 3-letni program pomocy niedoświadczonym dzieciom w 10 dystryktach Sri Lanki. I nadal jesteśmy otwarci na udzielanie takiej pomocy.

W jaki sposób spółka dba o poziom usług, organizację i potrzeby klienta?

- Nasza siła to doświadczenie i dbałość o najmniejsze detale. Na każdym etapie kontaktu z turystą, począwszy od obsługi w salonie sprzedaży, przez pracę pilota, rezydenta, klasę hotelu i komfort przejazdu, aż do przelotu udomawiamy, że podróż z nami jest warta powrotu. O skuteczności takiej polityki świadczy nasz program lojalnościowy „Podróż spełnionych marzeń”. Dzięki spełnionych marzeń” podaje ponad 60 tys. zarejestrowanych klientów i ich liczba ciągle rośnie. Myślę, że duża część stałych nabywców naszych usług, podróżujących z ITAKA od ponad 20 lat, mogłaby być znakomici rezydentami i pilotami wycieczek, ponieważ tak świetnie znają ofertę. W poznananiu potrzeb klientów pomagają nam wprowadzona ankieta badająca ich satysfakcję ze świadczonej przez ITAKĘ usług.

Wszystko staje się bardzo ważne, szczególnie gdy działa się na tak konkurencyjnym rynku jak turystyczny. Jednak w dobie czestych i spektakularnych awansów agencji turystycznych, najpewniejsze staje się bezpieczeństwo podróży.

Każde dla Państwa jest zabezpieczenie klientów w czasie ich wyjazdów?

- Stanowi to nasz najwyższy obowiązek. Dlatego korzystamy z usług tytuł renomowanej przewoźników i licencjonowanych hoteli. Ponadto

posiadamy najwyższą w Polsce gwarancję ubezpieczeniową obejmującą na ponad 125 milionów złotych. Przy tak dużym rozmiarze działalności, jak prowadzimy, stawiamy na najlepszych i tak też sami jesteśmy przestrzegani. Ciągłe dążymy do podnoszenia standardów jakości usługiny w naszej pracy.

Ten ostatni wymieniany czynnik zaowocował w tym roku nominacją Biura Podróży ITAKA do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2012. Proszę przyjąć moje gratulacje.

- Jakość to podstawa działalności. Ubieganie się o to godło, to dla mnie i dla firmy ogromny zaszczyt, ale tak to kolejne wyzwanie, aby na osiadać na laurach tylko nieustannie podnosić poprzeczkę. Dla nas dziś utrzymanie wcześniej wytyczonych standardów to za mało. Jako lider zobowiązujemy się do ciągłej pracy i rozwoju jakości usług. JAKOŚĆ ROKU bardzo dobrze wpisuje się w tak realizowaną politykę.

Jakie twarde faktory budują Państwa pozycję na rynku?

- Przede wszystkim nieustanny rozwój i doskonałość swojej pracy na bardzo wymagającym rynku nieprzerwanie od 23 lat. Ale tak naprawdę naszym sukcesem są klienci, dzięki którym ciągłemu i możemy podejmować nowe wyzwania. Ponadto wspomniana już ilość stałych odbiorców usług i sieci dystrybucji. Posiadamy 96 salonów firmowych na terenie całej Polski, a dodatkowo współpracujemy z 1200 biurami agencyjnymi. Prowadząc biznes w dobre intencje, jako pierwszy touroperator uruchomiliśmy mobilną wersję serwisu internetowego m.itaka.pl. Co więcej, znajdziemy tempa życia, umożliwiliśmy rezerwację wyjazdów dzięki infoliniom pod numerem 801 989 000 oraz 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu, na stronie www.itaka.pl. Praca praca nad dostępnością usług budują również o wzierunek. W tym celu wprowadziliśmy ujednolicenie wyglądu naszych salonów, jak i ubioru pracowników identyfikujących się z najwyższą jakością. Na początku roku przezeńliśmy biura polskie centrali do nowoczesnej siedziby z profesjonalną aranżacją wnętrza.

Jakie cele stawia przed sobą Państwa firma na najbliższy czas?

- Strategia rozwoju marki są dalsze inwestycje w destynacje i sieć sprzedaży, a także wdrażanie nowych technologii. Nieustannie podnoszenie jakości obsługi klientów podczas podróży to plan długoterminowy. Realizujemy go obecnie poprzez tworzenie nowych struktur w destynacjach, czyli pracę nad jeszcze lepszym serwisem na miejscu. Cały czas organizujemy szkolenia dla pracowników, wyjazdy studyjne i konferencje. Wprowadzamy i rozwijamy instrumenty usprawniające przepływ informacji w firmie oraz do klienta. Stosujemy innowacyjne aplikacje do analizy sprzedaży, pomocne w podejmowaniu decyzji biznesowych. Ponadto planujemy wdrożyć system zarządzania ISO 9001. Te wszystkie działania mają na celu przyczynić się do dalszego, intensywnego rozwoju naszej spółki, a także umożliwić pozycję lidera w branży.

Wierzę, wielu nowych klientów i niekończących się pomysłów na rozbudowę oferty wycieczek, dziękuję za rozmowę.

Monika Klimczyk



Nowa siedziba ITAKI w Opolu