

Raport tygodniowy 25/2013

Źródłem danych jest system rezerwacyjny MerlinX. Dane zawarte w raporcie bazują na rezerwacjach dokonanych przez 3041 agentów. Liczba agentów spadła o 14,5% w stosunku do ubiegłego roku.

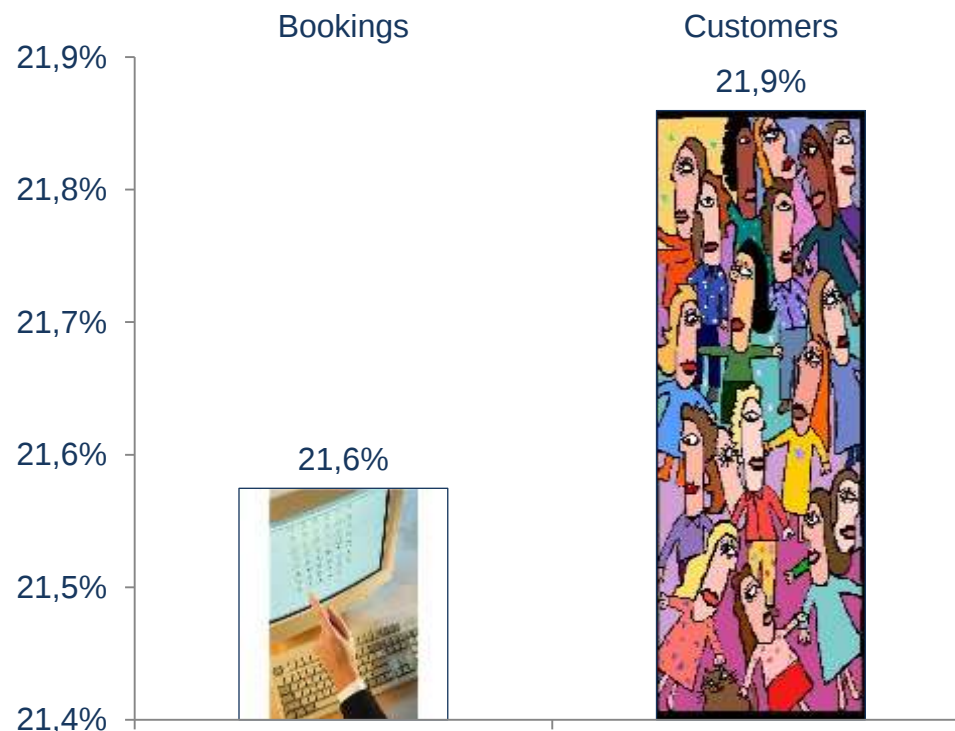
<http://www.pzot.pl>

<http://www.lece.pl>

<http://www.merlinx.pl>

Ostatni tydzień – 25/2013, wyjazdy w całym sezonie 2012/13

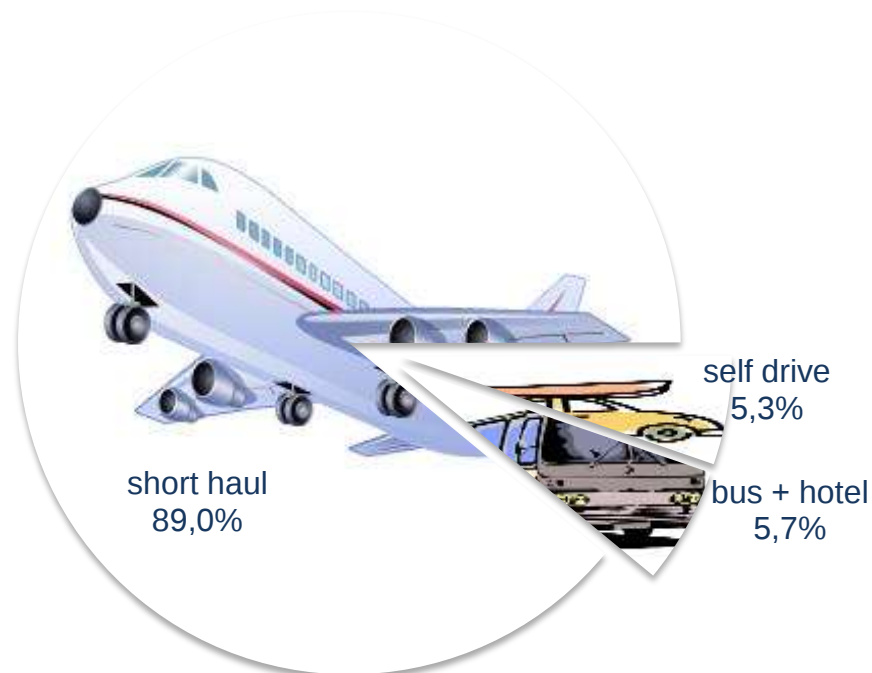
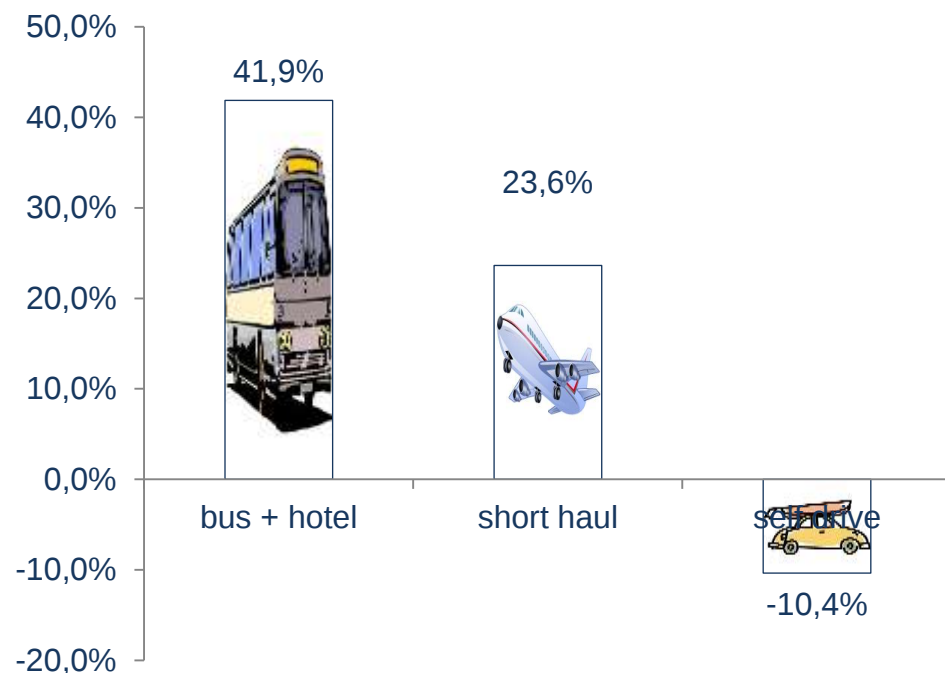
w porównaniu z tygodniem 25 w 2012 r.



Przedostatni tydzień szkoły przyniósł wzrost liczby rezerwujących klientów o +21,9%. Od soboty WAKACJE 😊

Ostatni tydzień – 25/2013, wyjazdy w całym sezonie 2012/13

w porównaniu z tygodniem 25 w 2012 r.



Lecimy na wakacje – tak postanowiło blisko 90% klientów w ostatnim tygodniu. Ich liczba wzrosła o 23,6%

Lista przebojów 25-go tygodnia 2013 r.

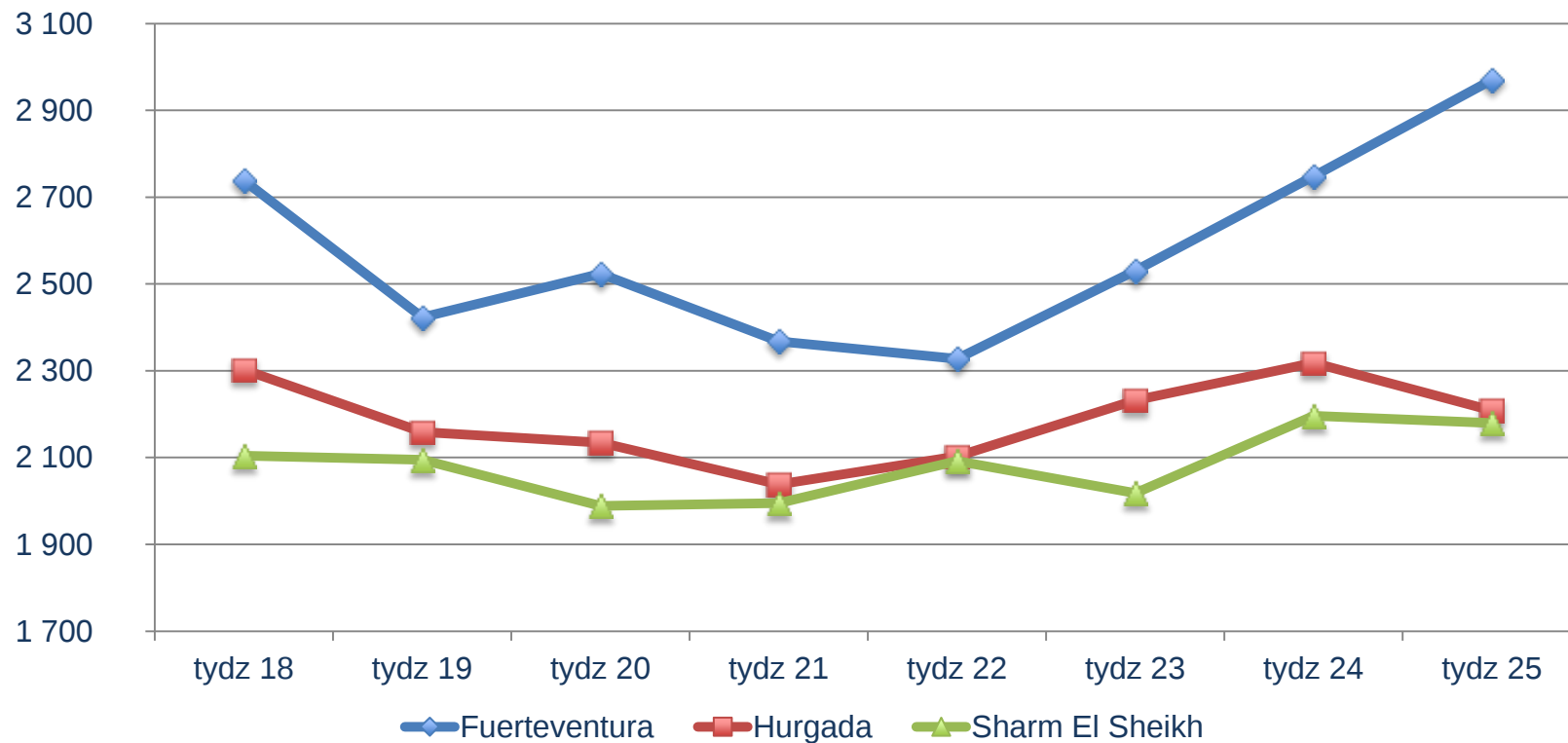
Lp.	Kierunek	Cena/rez	Cena/osoba
1	Antalya	6 557	2 460
2	Heraklion	5 765	2 372
3	Hurgada	5 694	2 208
4	Burgas	4 121	1 631
5	Bodrum	5 147	2 008
6	Sharm El Sheikh	5 297	2 179
7	Rhodos	6 807	2 539
8	Korfu	6 550	2 416
9	Zakynthos	5 836	2 327
10	Chania	6 745	2 609
11	Varna	3 848	1 761
12	Kos	7 415	2 794
13	Majorka	6 650	2 637
14	Fuerteventura	7 377	2 970
15	Dalaman	5 694	2 249
16	Monastir	5 363	2 183
17	Teneryfa	7 319	2 904
18	Marsa Alam	4 827	2 015
19	Taba	5 180	2 079
20	Enfidha	5 396	2 073



Lp.	Kraj	Cena/rez.	Cena/osoba	Udział%
1	Grecja	6 174	2 405	27,1%
2	Turcja	5 967	2 285	14,6%
3	Egipt	5 401	2 154	13,3%
4	Hiszpania	6 487	2 677	12,2%
5	Bułgaria	3 870	1 643	8,8%
6	Tunezja	5 261	2 120	4,0%
7	Włochy	4 839	2 093	3,3%
8	Chorwacja	3 994	1 710	2,7%
9	Cypr	5 067	2 110	2,2%
10	Portugalia	7 033	3 168	1,6%

Udział w
sprzedaży
tygodnia

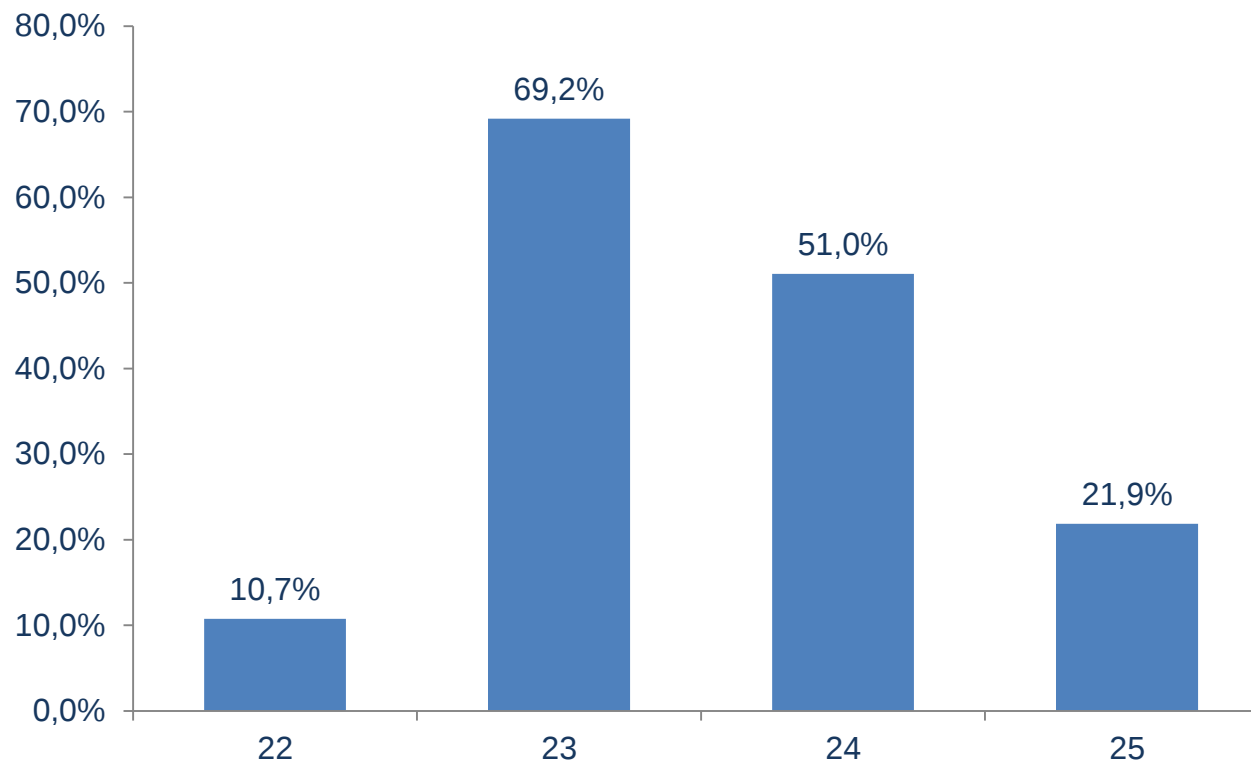
Średnia cena imprezy w całym sezonie 2012/13



Wykres obrazuje zmianę średniej ceny imprezy za osobę w rezerwacjach założonych w ostatnich tygodniach, na przykładzie imprez turystycznych do Hurgada , Sharm El Sheikh i na Fuerteventura .

Ostatnie 4 tygodnie sprzedaży oferty Lata 2013 - klienci

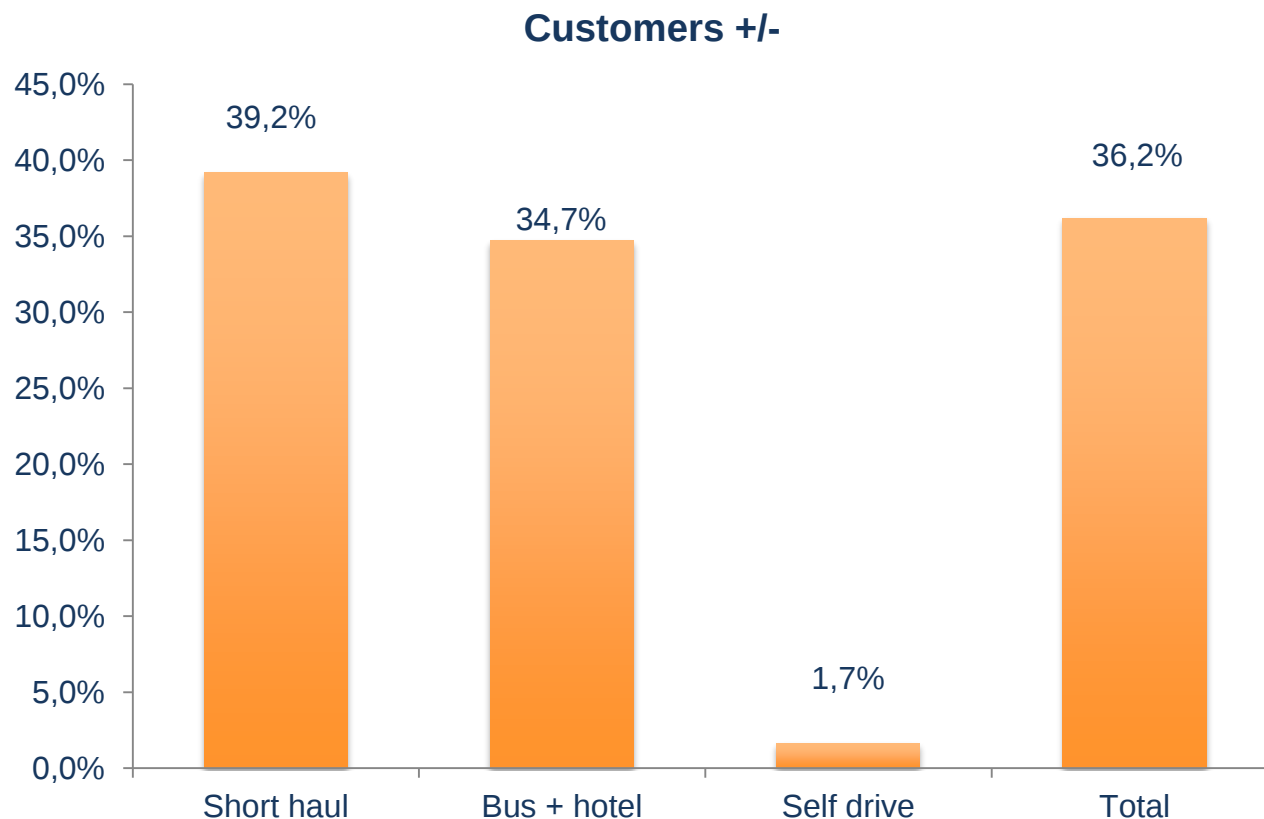
w porównaniu z 4-ma analogicznymi tygodniami w 2011/12 r.



Nie - nie spada lecz cały czas rośnie sprzedaż – nieprzerwanie od pięciu tygodni. W ostatnim aż o 21,9% 😊

Trend ostatnich 4-ech tygodni w sprzedaży sezonu 2012/13

w porównaniu z 4-ma analogicznymi tygodniami w 2011/12 r.

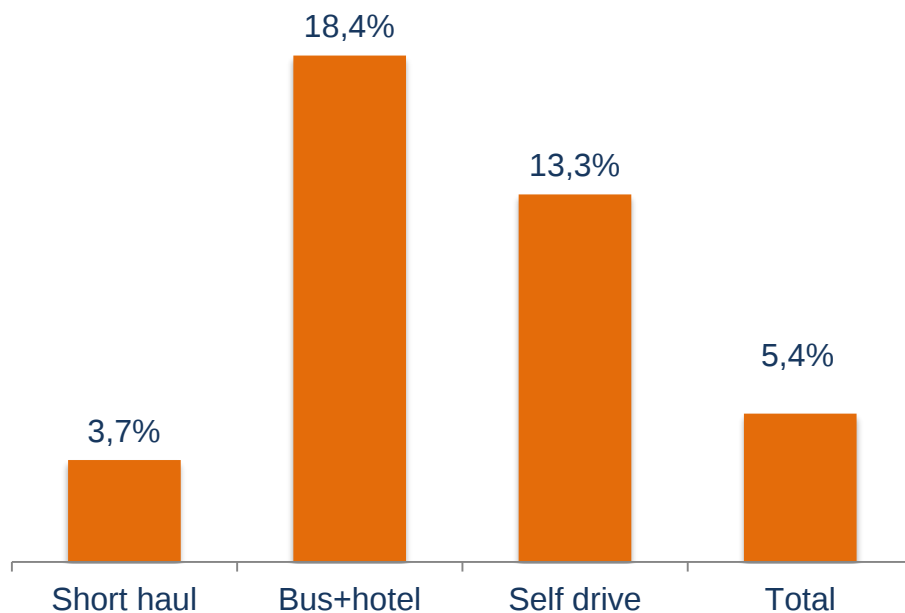


Dynamika sprzedaży w ostatnich 28 dniach osiągnęła w czarterach blisko +40%. Dominuje sprzedaż Last Minute.

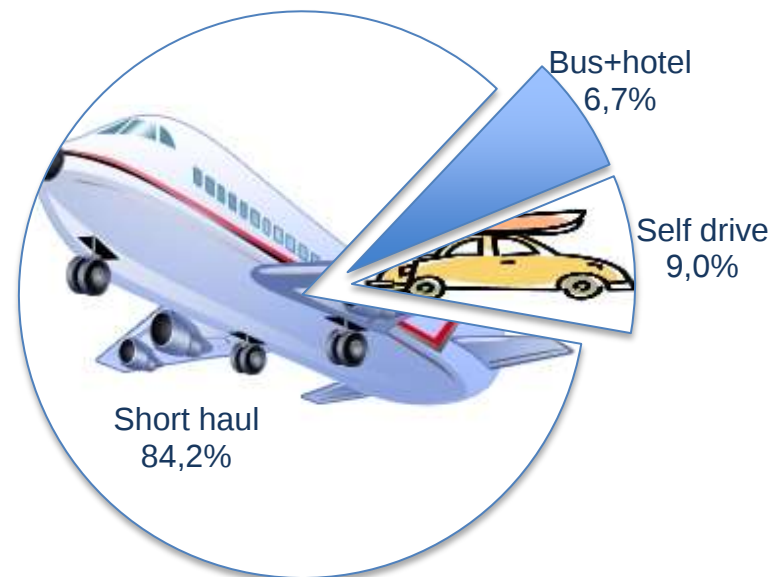
Skumulowana sprzedaż Lata 2013

w porównaniu ze sprzedażą Lata 2012 w analogicznym okresie roku ubiegłego.

Customers Summer +/-



Market share



O ponad 5% sprzedaż tego Lata przekroczyła poziom sprzedaży sprzed roku i stale się umacnia. To nas cieszy 😊

Najpopularniejsze kraje i kierunki sezonu 2012/13

Lp.	Kraj	% 2012	Udział %
1	Grecja	42,7%	20,7%
2	Egipt	-11,6%	17,9%
3	Turcja	0,4%	15,2%
4	Hiszpania	-9,4%	13,1%
5	Bułgaria	5,0%	5,9%
6	Włochy	18,8%	5,6%
7	Tunezja	-15,4%	3,5%
8	Chorwacja	-8,0%	2,9%
9	Austria	2,2%	2,0%
10	Portugalia	0,0%	1,8%
11	Cypr	0,9%	1,7%
12	Maroko	-19,5%	1,2%
13	Francja	-15,9%	1,1%
14	Kenia	-4,1%	0,7%
15	Czarnogóra	89,3%	0,7%
16	Dominikana	37,4%	0,6%
17	Czechy	7,9%	0,6%
18	Wyspy Zielonego Przylądka	++	0,5%
19	Słowacja	65,8%	0,4%
20	Rumunia	71,5%	0,3%

Lp.	Kierunek	% 2012
1	Antalya	-0,1%
2	Hurgada	-18,3%
3	Sharm El Sheikh	-10,9%
4	Heraklion	28,0%
5	Rhodos	0,8%
6	Fuerteventura	-19,5%
7	Teneryfa	-10,8%
8	Bodrum	-6,6%
9	Burgas	-5,1%
10	Korfu	54,9%
11	Zakynthos	76,6%
12	Chania	55,0%
13	Kos	39,7%
14	Marsa Alam	-2,8%
15	Majorka	-5,2%
16	Monastir	36,9%
17	Taba	29,2%
18	Dalaman	-7,3%
19	Varna	22,2%
20	Lanzarote	-5,4%

Bułgaria przeskoczyła Włochy plasując się na 5. miejscu i teraz szybko odrabia straty z okresu 1 kwartału br.

Łyżka dziegciu ...



Co KRD wyprawia na wp.pl?

Tytuły z serwisu www.turystyka.wp.pl

- To miały być wymarzone wakacje. Straciliśmy 20 tys. Zł.
- Przeżyli prawdziwy koszmar
- Czarne chmury nad biurami podróży
- Poszukaj swojego biura podróży na czarnej liście
- Tam biura toną w długach. Sprawdź, gdzie wykupić wycieczkę, zanim wyjedziesz na urlop!
- Kto zapłaci za powroty polskich turystów z bankrutujących biur podróży?
- Warto upewnić się, czy nasz przewoźnik posiada aktualny **certyfiakat Rzetelnej Firmy**, który jest potwierdzeniem wiarygodności i dobrej kondycji finansowej przedsiębiorstwa.



Do redakcji wp.pl: powinniście opatrzyć Wasze artykuły standardowym tekstem ostrzeżenia przed reklamą tzn.: „Ten artykuł zawiera lokowanie produktu” oraz zastanowić się ponownie nad misją dziennikarstwa. Poziom i klimat serwisu turystyka.wp.pl jest przygnębiający.

PS.– prostactwo formy reklamy uprawianej przez KRD wyróżnia tą firmę na tle innych ukrytych reklamodawców.

Detailed reports ...



... are available on request to members and other interested parties.
Questions and/or requests should be directed to: pzot@pzot.pl