**Туристік қызмет психологиясы**

**5-семинар.** Тур мен маршрутты құрастыру мен таңдаудың психологиялық аспектілері

**Негізгі аргументтер (дәлелдеу)**

**1. Қауіпсіздік.** Егер клиент бұл жөнінде көп алаңдаса (мысалы, көліктің дұрыс жұмыс жасамауынан, ұрлықтан, улы жәндіктерден, т.с.с. ең алдымен өзін қорғағысы келсе), презентацияның бірінші орнына желіс қауіпсіздігінің кепілін, туристік фирманың жақсы атағын (репутация), сенімдігін және қызмет көрсетудің жоғары сапасын қою керек.

**2. Қаржыны үнемдеу.** Кейбір туристер демалған кезде ақшасын аямайды, бірақ орын таңдаған кезде, тур бағаларын салыстырған кезде тиін-тебенін санап сараңдығын көрсетеді. Олай болса, назарын осыған аудару қажет. Осындай клиент ең жақсы турды ең жақсы бағаға алғды деп ойлау керек.

**3. Маршрут жаңашылығы мен бірегейлілігі (новизна и оригинальность)** кейбір туристер үшін ең күшті түрткі.

**4. Жайлылық (комфортность)** толыққанды демалыстың негізі мен шарты болуымен бірге, туристік пакет таңдауы мен толықтыру кезіндегі өте маңызды, кейде ең маңызды дәлел.

**5. Тур беделі (престижность).** Адамның менменшілігі мен атақ құмарлығын пайдалану үшін турдың ерекше беделділігін, қайталанбас қасиетін, сирек болуын көрсету қажет.

**6. Турдың көпшілікке мәлім болуы (популярность).** Мұндай дәлел елігу механизміне сүйенеді. Себебі, өз шешімдерін табу, өзінше ойлау – ауыр еңбек, елге ұнамайды және толық түрде мүмкін емес – керісінше адам өз өмірінде бүкіл адамзат жолын қайталауға мәжбүр болар еді, мысалы, от, дөңгелек, жазу сияқтыларды қайта ойлап табу. Сондықтан, жалқаулықтан болсын, интеллект күшін үнемдеу себебі болсын, адамдар еліктеу жолымен жүре береді. «Елдің бәрі Антальяға барады, біз де сөйтейік».

**7. Әдет болып кеткен, үйренген демалыс таңдау.** Туристің консерватизмі, туризмнің белгілі бір түрінен, желістен, маусымнан қайтпауы да кездеседі.

Туристің мотивациясын ескеріп, турды сату мысалын келтіріңіз