СПЕЦИФИЧНОСТИ КОМУНИКАЦИЈЕ СА КЛИЈЕНТОМ

Туризам као привредна делатност у чијој се основи налази задовољење потреба туриста, захтева сталну комуникацију са потенцијалним туристима. Без обзира да ли је позиција запосленог везана за креирање туристичког аранжмана, продаје конкретног ваучера или се запослени налази на позицији туристичког водича, он мора поседовати добре комуникационе вештине, мора владати како вербалном, тако и невербалном комуникацијом.

Добро познавање језика, разговетно причање, гестови, остављају добар утисак на клијента, што утиче на репутацију тустичке организације и често кроз личну пропаганду повећава број туриста те организације. Познавање вештине комуницирања нам помаже, да на прави начин пренесемо поруку, у циљу изазивања „жеље“ код клијента, како би се одлучио да посети одређено место. У томе нам, кроз писану комуникацију помажу проспекти, брошуре и летци, који не омогућавају директан конкакт, али на тај начин информације о аранжману стижу до великог броја људи. Са развојом технологијом у туризму, постала је присутна и електронска комуникација, која путем уређених сајтова и друштвених мрежа пружа низ потребних информација.

Правилно и учинковито комуницирање у туризму захтева неколико битних елемената као што су комуникацијске вештине и компетентности које укључују и самопоуздање и одсутност страха и треме, затим различита средства помоћу којих се одвија вербална и невербална комуникација, способност превладавања сукоба у процесу комуникације и сл.