

Vergleich mobiler Reisevertrieb

+ QUEREINSTIEG MÖGLICH

Bei amondo sind auch Branchenneulinge willkommen, da das notwendige Know How durch amondo vermittelt wird.

+ GERINGE KOSTEN

Ein Rechner/Laptop und ein Internetzugang und es kann losgehen. Die monatlichen Gebühren für Support, Marketingunterstützung, Buchungssystemen etc. liegen bei unter 100 €.

+ GERINGER ORGANISATIONSAUFWAND

Vor allem hinsichtlich Agenturverträgen, Provisionsabrechnungen, und Buchhaltung wird einem durch Partner wie amondo viel abgenommen.

+ FREIE VERANSTALTERWAHL

Bei amondo können über 200 Veranstalter, ganz ohne Mindestumsatz gebucht werden, darunter auch die Big Player.

+ UNTERSTÜTZUNG IM MARKETING

Ob individualisierte Flyer, Postvorlagen oder Gestaltung von Visitenkarten. Hier muss man nicht selbst kreativ werden, sondern kann bei Bedarf auf die Hilfe des Partners zurückgreifen, im Monatspreis inkl.

+ FREIE ZEITEINTEILUNG

Ob Eule oder Lärche, im mobilen Vertrieb sind die Arbeitszeiten nicht unbedingt kürzer, aber wesentlich flexibler, da es keine Präsenzpflicht gibt. Vor-Ort-Termine mit Kunden können so gelegt werden, dass sie in den Tagesablauf passen.

+ ARBEITEN, WO MAN WILL

Wer hauptsächlich per Mail und Telefon erreichbar ist, kann die Arbeit von zuhause aus erledigen, aber auch vom Café, dem Park oder einem Ferienhaus aus. Und selbst auf Kreuzfahrtschiffen ist der Internetzugang ausreichend gut.

+ URLAUBSVERTRETUNG INKL.

Bei amondo werden auch bei eigener Abwesenheit die Kunden durch das amondo Servicecenter weiter betreut.

- KEINE LAUFKUNDSCHAFT

Kundenakquise läuft im mobilen Vertrieb neben Mund-zu-Mund-Propaganda und klassischer Printwerbung fast überwiegend digital. Hier muss also mehr Aufwand in z.B. Soziale Medien gesteckt werden, um Kunden zu generieren.

- VORGEGEBENE PROVISIONSSTRUKTUR

Wie viel Provision es beim jeweiligen Veranstalter gibt, ob Fixe- oder Staffelpromission, ist für alle identisch und vorgegeben.

stationäre Reisebüros

AUSBILDUNG VORAUSSETZUNG -

Wer ohne Partner wie amondo ein Reisebüro aufmachen will, sollte eine Ausbildung zur/m Tourismuskauffrau/mann absolviert haben.

MONATLICHE FIXKOSTEN -

Vor allem Mietkosten können je nach Lage mehrere 1.000 € betragen. Hinzu kommen Versicherungskosten sowie Kosten für Einrichtung, Schaufensterdekoration, Reinigung etc.

ORGANISATIONSAUFWAND -

Ohne Partner wie amondo, müssen alle Agenturverträge selbst abgeschlossen und gepflegt werden. Auch Provisionsabrechnungen und Buchhaltung sind aufwändiger.

GGF. MINDESTUMSATZ ERFORDERLICH -

Vor allem die Big Player unter den Veranstaltern setzen aus organisatorischen Gründen häufig einen Mindestumsatz bei ihnen voraus. Kann man diesen nicht erbringen, bekommt man keinen Agenturvertrag oder wird in er Provision herabgestuft.

MARKETINGKENNTNISSE NOTWENDIG -

Ob Buchungsseite, Facebookauftritt oder Druckvorlagen – hier muss alles komplett selbst erstellt oder gegen Extrakosten ausgelagert werden.

FIXE ÖFFNUNGSZEITEN -

Stationäre Reisebüros sind idealerweise zu den üblichen Einzelhandelszeiten geöffnet, um auch Laufkundschaft zu gewinnen. Damit sind die Zeiten recht starr.

FESTER ARBEITSORT + -

Ein fester Arbeitsort außerhalb der eigenen vier Wände ist für alle, die sich mit Selbstorganisation schwer tun, natürlich sehr hilfreich. Aber in nass-grauen Monaten klingt "arbeiten am Pool" doch etwas verlockender.

KOSTEN FÜR URLAUBSVERTRETUNG -

Wer das Reisebüro nicht alleine betreibt, hat zwar eine Urlaubsvertretung, aber auch die monatlichen Personalkosten zu tragen. Ohne Vertretung bedeutet Urlaub auch keinen Umsatz oder weniger Erholung, da auch im Urlaub die Arbeit nicht wirklich ruht.

SCHAUFENSTER-WERBUNG +

Neben der digitale Präsenz kann das stationäre Schaufenster neue Kunden anlocken, vorausgesetzt, es ist ansprechend gestaltet und mit aktuellen Angeboten versehen.

PROVISIONEN SELBST VERHANDELBAR +

Viele Veranstalter haben feste Provisionsätze, aber mitunter auch einen gewissen Spielraum. Wer gut verhandeln kann, kann hier punkten.