

# קרמר מאשת טורס: "לחכות למייל שיגיע, זו תיירות של פעם"

Posted on 18 ביולי 2018 by עירית רוזנבלום



מנכ"ל אשת טורס על מהפכת הטכנולוגיה שעוברת על הענף: "נגעת ב־ נסעת"

**Categories:** סוכנים, ראשי

**Tag:** עמלות, אשת טורס, אפרים קרמר, דיגיטל, מנוע חיפוש טיסות, קבוצות מחיר

**אפרים קרמר** מאשת טורס, הניח זכוכית מגדלת על ענף סוכני הנסיעות באמרו: "בשנת '96 היו 700 סוכני נסיעות. כיום יש 400 משרדים, שהם איחוד של כמה עשרות בעלויות בלבד ואין מה להעביר לדור הבא. כשהתחלתי בענף קיבלנו עמלה של 12%. עתה ירדו העמלות לאפס". כך הגדיר מנכ"ל החברה קרמר במפגש עם עיתונאים את מצבם של משרדי הנסיעות שצריכים למצוא דרך לשרוד בעולם שמתנה כל העת.

לדבריו, הטכנולוגיה העכשווית היא מוטת מהירות. האתרים צריכים להיות באינטרנט, מהירים ביותר, נגישים ופשוטים. המחיר משתנה בכל רענון של הדף ואין אופציה לענות לטלפון עם הצעה מעודכנת. "כיום הצעת המחיר תקפה לשעה.

נגעת [2] נסעת", הסביר קרמר.

סקר שערך מכון ה"גל החדש" בקרב 500 נשאלים עבור אשת טורס, גילה שרבים מהישראלים גם הפכו מלקוחות פאסיביים ללקוחות אקטיביים, שאינם מסתפקים בחבילות שהסוכן מרכיב עבורם. 53% מהנשאלים בסקר דיווחו שהם מזמינים טיסה ומלון בנפרד, לעומת 47% שהזמינו חבילה הכוללת טיסה ומלון מחברת תיירות. 67% מהנשאלים הזמינו את הטיסה באינטרנט (61% באמצעות המחשב, 6% באמצעות הנייד), 23% באמצעות שיחה טלפונית ו-10% הזמינו פנים אל פנים מול סוכן.

כמו כן, למרות הבאז סביב Airbnb נראה, לפחות לפי הסקר, כי הישראלים עדיין מעדיפים לינה בחו"ל בבתי מלון: רק 7% מהנשאלים הזמינו דירה ב-Airbnb לעומת 87% שהזמינו לינה בבית מלון. 5% מהנשאלים הזמינו לינה בכפר נופש.

### "הטיסות הפכו לקומודיטי. כמו גרעינים"

לדברי קרמר, שנת 2018 היא שנת מפנה. כמו שיודע כל מי שעבר בנתב"ג, הטיסות של חברות הלואו-קוסט שהיו פעם 3%-4% מההיצע, מגיעות כיום כבר ל-16% ועד סוף השנה יגיעו ל-20% מכלל הטיסות מישראל. "זה קומודיטי, כמו גרעינים. לכן, אנחנו מנסים למכור לא רק את כרטיס הטיסה אלא את כלל הפעילות", אמר קרמר, "בונים נופשוניים, נכנסנו חזק לתחום הספורט ואנחנו מוכרים פעילות שכוללת טיסה, כמו המונדיאל, למשל".

לפי נתוני רשות שדות התעופה (רש"ת) חברת הלואו קוסט Wizzair היא החברה השנייה בגודלה בנתב"ג, אחרי אל על ואף כבשה ביוני את מקומה של טורקיש איירליינס בדירוג.

לפי האתר Anna aero, קיבולת חברות הלואו-קוסט באירופה הגיעה כבר לחצי מיליארד מושבים השנה, בתשע מדינות הלואו-קוסט מהווה כבר 50% מהשוק וב-2027 הן צפויות להוות נתח שוק דומה בכל אירופה. עם זאת, בישראל חברות הלואו-קוסט זוכות בסבסוד ונותר לראות כמה מהן ימשיכו לטוס לכאן אחרי שהסבסוד ייפסק.

על רקע השינויים המהירים בעולם התיירות והתעופה, משיקה אשת טורס את מנוע חיפוש הטיסות החדש שלה, שיאפשר למשתמשים למצוא את הטיסות של כל חברות התעופה ובכל רמות המחירים באתר אחד. מנוע החיפוש החדש, פרי פיתוח עצמאי של מחלקת ה-IT באשת טורס, ישולב באתר החברה בגרסת ה-WEB והמובייל.

### החידוש בתעופה המסורתית: "קבוצות מחיר" כמו בלואו-קוסט

הפיתוח החדש יאפשר תצוגה של מגוון "קבוצות מחיר" (Family Fare) לטיסה זהה, כך שהלקוח יוכל להשוות ולבחור את חבילת המחיר המתאימה לו ביותר: המחיר הנמוך ביותר ללא כבודה, מחיר הכולל שירותים נלווים, ומחיר הכולל רמת נסיעה וגמישות גבוהה. מנוע החיפוש החדש באתר אשת טורס לוקח צעד קדימה את השינוי העובר על עולם התעופה, במהלכו גם חברות תעופה "מסורתיות" עוברות לתמחור מודולרי בסגנון Low Cost בדומה לאל על שהצטרפה למהלך לאחרונה ומאוקטובר מוותרת על המותג UP ועוברת לתמחור מודולרי.

בנוסף לתצוגת הטיסות לפי רמות מחירים, הלקוחות יוכלו לבחור בין אפשרות חיפוש וסינון מתקדמות: בחירת חברות תעופה שיוצגו בתוצאות; שילוב תוצאות מחברות סדירות, חברות Low cost, טיסות צ'רטר וטיסות "אשת טורס"; אפשרות חיפוש תוצאות במחלקת שירות מסוימת (תיירים+/עסקים/ראשונה); התמקדות מהירה בתוצאות [2] הזולה ביותר/ המהירה ביותר/ המשתלמת ביותר; אפשרות הגבלה למשך הטיסה, שעות הטיסה, מספר העצירות, שילוב בין חברות תעופה שונות ב"לגים" שונים, כך שכיוון אחד יהיה עם חברה אחת וכיוון שני



וויז אייר, כבשה את נתב"ג עם טיסות הלואו-קוסט. צילום יח"צ

## עם אחרת - בדומה למנועי החיפוש העולמיים.

לדברי קרמר, מנוע חיפוש הטיסות שמשיקה החברה הוא חלק ממהלך טכנולוגי נרחב שהיא מבצעת, במסגרת טרנספורמציה דיגיטלית מחברה מסורתית לחברת תיירות דיגיטלית. לצורך זה, הוקמה קבוצת פיתוח המונה מפתחים ואנשי QA, שתפקידם להסב את החברה לדיגיטל, ולשפר את ממשק המשתמש באתר האינטרנט ובמובייל.

הוא גם רוצה להנגיש את האתר לתיירות הנכנסת בשלל שפות ולהפוך מ"אתר מקומי לאתר שמשרת אוכלוסיות רבות".

### למכור יותר עם פחות עובדים

לפי מדד Dan's100 לשנת 2018 חברת הנסיעות המובילה בישראל היא השטיח המעופף עם מחזור של 1.2 מיליארד שקל ובמקום השני אשת טורס עם 1 מיליארד שקל.

קרמר סבור שיש כאן ערבוב של מחזורי מכירות ודיווח של סיטונאיות וקמעונאיות וכי בתחום הקמעונאות איסתא <sup>2</sup> שהגיעה במדד למקום החמישי <sup>2</sup> היא למעשה מי שמוציאה את מספר הנוסעים הרב ביותר.

אשת ספגה לא מכבר מכה כשהפסידה את המכרז לשירותי נופש של המשטרה. בתשובה לשאלה איך השפיע המהלך הזה על החברה, עונה קרמר ש"ברור שאהבנו את זה, 20 שנה התחום היה באשת, אבל זה נגמר ומי שקיבל את המכרז אוכל הרבה קש. כללי המשחק השתנו - וישתנו עוד יותר. כן, זה דרש מאתנו לצמצם את מצבת העובדים. מי שרצה להשאר, השארנו אותו במסגרת התחלופה הפנימית. בסך הכל, העמלות ירדו בצורה משמעותית, וגם מרווחי הרווח ירדו ואנחנו הולכים לכיוון הטכנולוגיה".

קרמר מזכיר שהם עדיין מוכרים בלמעלה ממיליארד שקל בשנה - אבל עם הרבה פחות עובדים. "אם לפני כמה שנים היו לנו 450 עובדים ומכרנו ב-900 מיליון שקל, כיום אנחנו מוכרים בכ-1.1 מיליארד שקל, ועם 290 עובדים". וזה כנראה עדיין לא הסוף.

קרמר: "אני מתעסק כל הזמן בשני תהליכים טכנולוגיים: האחד הגדלת המכירות באמצעות האינטרנט, והשני ייעול טכנולוגי והקטנת מספר העובדים. לשם אנחנו הולכים. אין דרך אחרת".



מקור: אשת טורס