

### **Может так случиться, что каюта более низкой категории стоит дороже, чем каюта более высокой?**

Да, это наблюдается достаточно часто. Поэтому я предлагаю отслеживать цену не только той категории, которую вы оплатили, но и той, которую бы вы хотели получить.

### **Почему это происходит?**

Круизная компания изначально устанавливает цены на каюты определенной категории и в течение нескольких месяцев цены идут параллельно. В период активных продаж (за 6–9 месяцев до отправления) одни категории кают востребованы больше, чем другие. Поэтому может случиться, что каюта с балконом самой низкой категории будет стоить выше, чем каюта более высокой категории. Это может продолжаться несколько часов или дней до тех пор, пока спрос не выровняется.

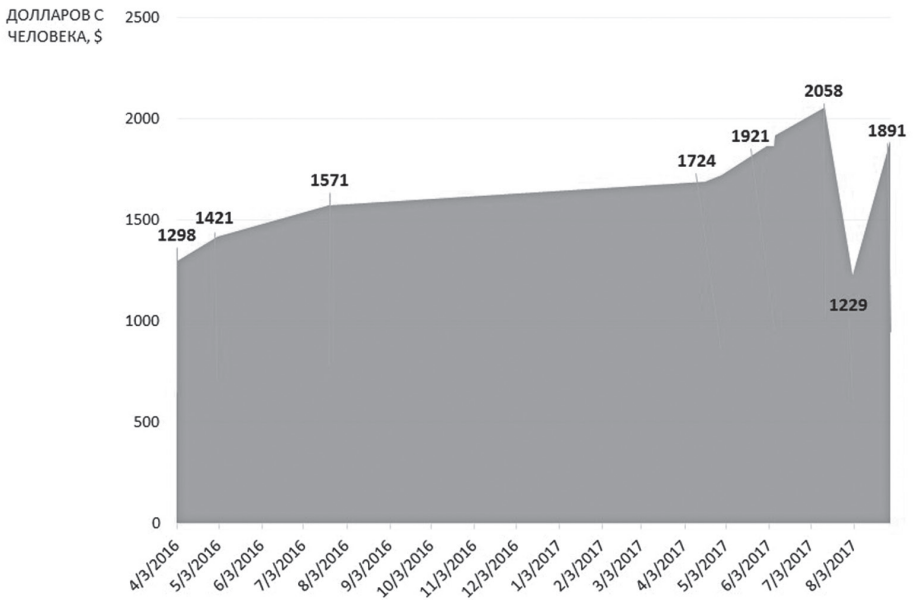
### **Почему после финальной оплаты цена на мой круиз упала?**

Это закономерно, если компания отдает большие блоки кают туристическим агентствам. Даже маленькое агентство может взять блок кают и держать до финальной оплаты. Круизные компании имеют право забирать непроданные каюты из блока до окончания продаж. В день финальной оплаты все непроданные каюты должны быть возвращены круизной компании, и именно на них цена может быть снижена.

### **Что делать, если цена на мой круиз упала?**

После финальной оплаты цену изменить нельзя. Только несколько компаний на круизном рынке возвращают разницу в цене бортовым кредитом. Поэтому я предлагаю вам

## Изменение цены каюты с балконом (D2) на Harmony of the Seas (10 октября 2017)



отслеживать цены на каюты более высоких категорий и просить сделать апгрейд. Например, вы купили каюту с балконом на корме и отслеживаете стоимость каюты на более высокой палубе в середине. Или следите за стоимостью гранд-сьюта, если купили джуниор.

**Я проверяю цены на один и тот же круиз на сайтах,  
зарегистрированных в США и в России.  
Почему цены иногда различаются?**

Круизные компании массового рынка зачастую владеют региональными сайтами с совершенно разными ценами и предложениями. Чем выше сегмент компании, тем чаще ценовая политика едина для всего мирового рынка.

Владельцы компаний массового рынка стремятся заполнить клиентов из самых разных регионов. Поэтому формируют специальные предложения, основанные на интересах покупателей определенной страны.

Самый свежий пример – компания Norwegian Cruise Line предложила европейскому рынку концепцию «все включено» и подняло цены на круизы. Для американского рынка, например, спиртные напитки не актуальны, конкуренция здесь жестче, поэтому и цены могут быть ниже, а спиртное или бортовой кредит будут рассматриваться в качестве бонуса.

**Почему цены у продавцов  
на одни и те же категории кают  
в одном регионе разные?**

Цены на одни и те же каюты могут разниться у продавцов из-за блоков кают, которые они берут у круизных компаний. При открытии продаж продавцы стараются набрать как можно больше блоков по более низкой цене и продавать, когда цена пошла вверх.

оплаты на борту напитков в баре, услуг спа-салона, покупок в бортовом магазине или экскурсий. Одни круизные компании разрешают использовать бортовой кредит для оплаты чаевых, другие нет.

Эти деньги вы не можете обналичить. Все не потраченные средства списываются в последнюю ночь круиза.

### **Как сравнить цены на круизы с разными бонусами?**

В этом вся сложность покупки круиза. Цена не отражает ценности круиза. Только по тарифу нельзя узнать, что входит в пакет. Выбирайте те тарифы, которые подходят именно вам. Зачем вам платить за спиртные напитки, если вы не пьете?

### **В чем разница между ценой круиза и его ценностью?**

Цена – это тариф без каких-либо бонусов или аменити.

Ценность – это тариф с бонусами и аменити.

Например, вы покупаете круиз у Celebrity Cruises. На данном отправлении у вас есть две опции:

- Покупать по тарифу senior (допустим, вам 55+) – \$1100 за человека и никаких дополнительных бонусов.
- Покупать по «go!better»-тарифу за \$1500 за человека, включающему два бонуса. Вы можете выбрать два аменити из четырех: пакет спиртных напитков (рыночная стоимость \$55 на человека в день), не лимитированный интернет, предоплаченные чаевые или \$150 бортового кредита.

Клиент выбирает, что для него важнее. Разберём на примере два случая.

Пример №1. Непьющий пожилой человек, которому не нужен интернет. Если он выберет чаевые (\$94,5) и бортовой кредит (\$150), то сэкономит \$244,5. При цене круиза \$1500 его ценность будет \$1344,5, то есть минус 10% цены. Клиент выбирает первую опцию – тариф senior без бонусов.