

Sprawozdanie nr. 1

Analiza modelu biznesowego

Biuro podróży „Last Minute”

Autorzy:

Szymon Olejnik

Wiktor Krasiński

1. Przedstawienie organizacji: Biuro podróży „Last Minute”

Biuro podróży „Last Minute” to nowoczesne biuro specjalizujące się w organizacji wyjazdów turystycznych w formule last minute, łączącej atrakcyjne ceny z wysoką jakością usług. Oferujemy kompleksową obsługę wakacyjną: wczasy wypoczynkowe, wycieczki objazdowe, rejsy, a także sprzedaż biletów lotniczych, autokarowych i promowych. Działamy w oparciu o nowoczesną platformę rezerwacyjną, która umożliwia szybkie wyszukiwanie i rezerwację ofert on-line, a także kontakt z dedykowanym konsultantem. Dzięki bezpośredniej współpracy z wiodącymi organizatorami turystyki (touroperatorzy) i siecią partnerów na całym świecie, zapewniamy konkurencyjne ceny oraz wsparcie na każdym etapie podróży.

2. Cel powstania systemu informatycznego

W odpowiedzi na dynamiczny rozwój rynku turystycznego oraz rosnące oczekiwania klientów w zakresie szybkości i personalizacji, biuro podróży „Last Minute” zdecydowało się na wdrożenie nowoczesnego systemu informatycznego. Celem tego systemu jest:

- **Automatyzacja procesów rezerwacyjnych:** Umożliwienie klientom samodzielnego przeglądania i rezerwowania ofert online 24/7, co zwiększa dostępność usług i eliminuje konieczność kontaktu z biurem w tradycyjnych godzinach pracy
- **Integracja z zewnętrznymi systemami:** Połączenie z systemami rezerwacyjnymi linii lotniczych, hoteli i innych usługodawców umożliwia aktualizację dostępności ofert w czasie rzeczywistym, co minimalizuje ryzyko błędów
- **Zarządzanie relacjami z klientami:** Centralizacja danych o klientach, ich preferencjach i historii rezerwacji pozwala na lepszą personalizację ofert oraz skuteczniejszy marketing
- **Zwiększenie konkurencyjności:** Dzięki nowoczesnym rozwiązaniom technologicznym, biuro podróży może szybciej reagować na zmieniające się trendy rynkowe i lepiej dostosowywać swoją ofertę do potrzeb klientów

3. Aktorzy biznesowi

W systemie informatycznym uczestniczą dani aktorzy:

- **Klient indywidualny:** Osoba poszukująca i rezerwująca oferty turystyczne
- **Agent biura podróży:** Pracownik obsługujący klientów, zarządzający rezerwacjami
- **Menedżer sprzedaży:** Osoba nadzorująca sprzedaż, analizująca dane, optymalizująca i tworząca ofertę
- **Dostawcy usług turystycznych:** Touroperatorzy, linie lotnicze, hotele, dostarczający oferty do systemu
- **Administrator systemu:** Osoba odpowiedzialna za konfigurację, bezpieczeństwo i utrzymanie systemu
- **System płatności** - system do płatności za pomocą karty płatniczej lub aplikacji mobilnej

4. Procesy biznesowe w biurze podróży

Główne procesy, które są wspierane i automatyzowane przez system informatyczny:

- **Obsługa klienta** - zarządzanie zapytaniami i personalizacją ofert, komunikacja przed i po sprzedaży oferty
- **Rezerwacje i sprzedaż** - wyszukiwanie ofert, dokonywanie rezerwacji obsługa płatności i wystawianie dokumentów podróży
- **Zarządzanie relacjami z klientami** - gromadzenie danych o klientach, analiza preferencji i segmentacja, kampanie marketingowe
- **Zarządzanie ofertą** - aktualizacja dostępności, integracja z systemami zewnętrznymi, zarządzanie promocjami oraz cenami
- **Zarządzanie dokumentacją** - tworzenie i archiwizacja umów lub polis ubezpieczeniowych
- **Finanse i rozliczenia** - fakturowanie, kontrola płatności, raportowanie finansowe
- **Marketing i komunikacja** - automatyzacja kampanii e-mail/SMS, analiza skuteczności działań marketingowych oraz integracja z mediami społecznościowymi

5. Słownik pojęć

Kluczowe pojęcia w danym systemie informatycznym:

- **Klient** - osoba fizyczna dokonująca zakupu oferty turystycznej
- **Touroperator** - dostawca gotowego pakietu turystycznego (transport + zakwaterowanie)
- **Oferta last minute** - pakiet turystyczny o ograniczonym terminie ważności, dostępny w promocyjnej cenie
- **Rezerwacja** - złożenie przez klienta wniosku o zakup oferty
- **Segmentacja** - podział klientów na grupy według określonych kryteriów (np. ich preferencji lub historii zakupów), w celu lepszego dopasowania ofert

6. Diagram kontekstowy systemu biura podróży

