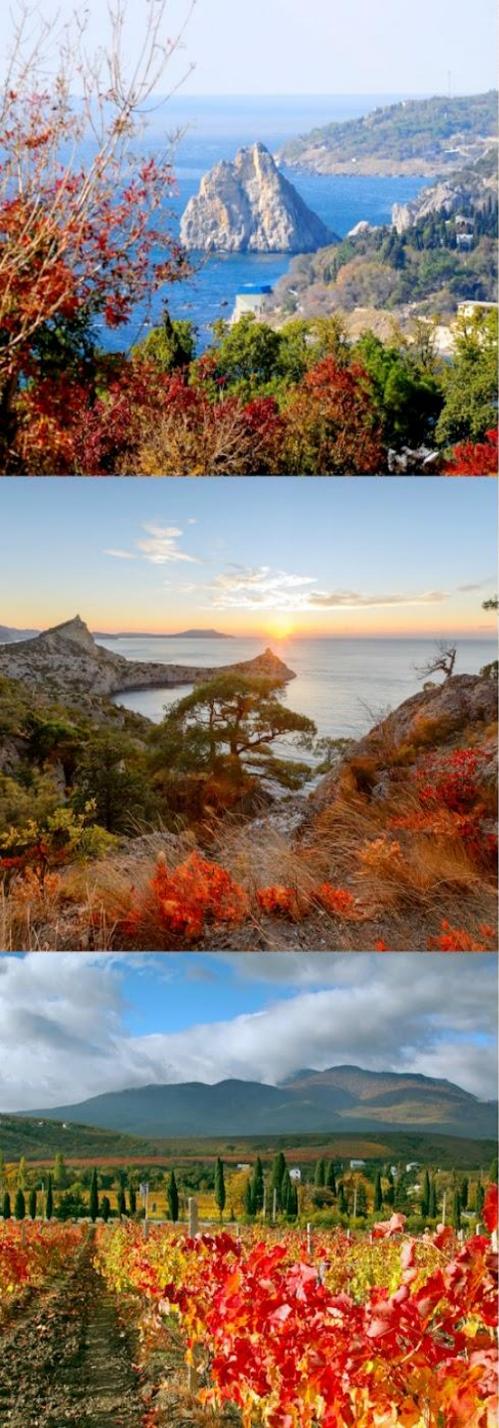


# Сервис-дизайн на примере турпродукта «Осенний тур в Крыму»



<b>Оцениваемые параметры</b>	<b>Данные</b>	<b>Что необходимо исключить?</b>
<b>Вовлечение(точки контакта, что привлекает)</b>	Сайт оформлен очень качественно. Предоставлена полная информация об экскурсии, проживании, питании, в дополнении с фотоотчетом и отзывах туристов. Преимущество турпродукта-профессионализм туроператоров, приемлемые цены.	Я бы убрала рекламу, много рекламы других туров, а хочется акцентировать внимание на одном турпродукте.
<b>Какой опыт нужен для использования</b>	Разведка местности для будущих туристов с целью забыты о клиентах. Старание сделать отдых благоприятным даже в осенний период.	Возможность экстремальных видов экскурсий.
<b>Что развивает данный продукт за счет опыта клиента</b>	Турпродукт развивается за счет хорошей рекламы, скидками в менее популярные для туристов время года, а так же положительные отзывы клиентов.	Проблема определения уникальной характеристики турпродукта.
<b>Что возвращает клиента к продукту</b>	Бархатный сезон — лучшее время для отдыха в Крыму. С сентября до середины октября погода на полуострове стоит потрясающая. Самое приятное — уже нет невероятной жары, как в июле и августе. Можно не бояться солнечных ожогов и спокойно загорать днем на пляже или весь день гулять по дворцам, паркам, музеям и экскурсиям.	Переменчивые погодные условия.