

o first class; è importante invece la rapidità di prenotazione ed emissione, perché più biglietti si emettono e più fee ci saranno. In questo caso la fee sostituisce la provvigione e quindi deve essere emessa fattura ricevuta fiscale intestata al cliente.

### 2.4.3 Sconti ed acconti.

Lo sconto è uno strumento per attirare clienti e fidelizzare quelli già acquisiti. E' anche vero che a fronte dei grandi prezzi dei servizi venduti corrisponde una bassa marginalità per l'adv venditrice. Principalmente ci sono due modi per applicare lo sconto:

1. l'adv si fa pagare meno, erodendo dalla provvigione. Questo modo non molto è consigliato, perché si perde denaro. Facciamo un esempio: un'adv vende un viaggio di € 2.000, di cui € 200 è la provvigione del 10%; l'adv fa lo sconto di € 50 al cliente, quindi incassa nella pratica € 1.950 e ne dà al t.o. € 1800 ma di fatto la sua provvigione è di € 150, che tra l'altro non può essere contabilizzata e quindi si registra come ricavo € 200 invece di € 150. Seppur è una modalità non felice dal punto di vista finanziario è la maniera più veloce e pratica molto utilizzata nelle agenzie;
2. l'adv si mette d'accordo con il t.o. e si fa mandare dal t.o. la fattura con il prezzo realmente incassato: allora secondo l'esempio di prima, l'adv si fa mandare una fattura di € 1.950, così almeno contabilizza la reale provvigione di € 150.



Per quello che riguarda gli acconti, essi vanno richiesti per tutte le prenotazioni per cui ci sono penali in caso di rinuncia alla partenza ed anche per le prenotazioni aeree a tariffe speciali che richiedono l'emissione del biglietto contestuale alla prenotazione. Inoltre nel caso di pacchetti turistici l'acconto è un obbligo contrattuale, tanto che il mancato rispetto dei tempi di pagamento è motivo di cancellazione della prenotazione.

---

#### INFO SULLE COMMISSIONI

**Le adv ricevono sulla vendita in intermediazione commissioni, la cui percentuale varia dal 10% fino anche al 20%. E' il t.o. che decide quale percentuale offrire alle adv: spesso quindi gli agenti di viaggio vendono ai clienti prodotti dei t.o. che offrono maggiori commissioni; una tattica che deve essere seguita solo se si è certi che quel t.o. offra prodotti di qualità, altrimenti meglio ricevere meno di commissione ma avere ancora clienti che comprano quel prodotto.**

**Le commissioni di solito sono del 10% sul prezzo netto del servizio (netto quindi esclusi prezzi di assicurazioni, spese di gestione pratica, ecc..). Viene applicata ai viaggi, pacchetti turistici, navi,**

---