



मिर्लिन बाबर

फाऊंडर-चेअरमन, मॅंगो हॉलिडेज

जगभर फिरतांना

ह्या वर्षी आमच्या दूरवर ठाण्याचे उदय सोहोनी हे रेमंड्स कंपनीमधून मार्केटिंग हेड पदावरून निवृत्त झालेले एक हरहुन्नरी व्यक्तिमत्व आले होते. ते म्हणाले “माझे संपूर्ण करियर मार्केटिंगमध्ये गेले. वेगवेगळ्या मार्केटिंगच्या कॅम्पेन्सही मी केल्या, पण तुमची जाहिरात मी पाहिली आणि लगेच येऊन बुकिंगसुद्धा करून टाकलं. बाकी सगळ्या कंपन्या ‘आम्ही कसे डिस्काऊंट देतो’ हे सांगण्यासाठी जाहिराती करतात, पण तुमची एकमेव कंपनी आहे, जी ‘आम्ही डिस्काऊंट देत नाही’ हे सांगण्यासाठी जाहिराती करते. फिक्स्ड किंमत असल्यामुळे, आम्ही निर्धास्तपणे येऊन बुकिंग करू शकतो.” ते म्हणाले तुम्हाला तुमच्या आयुष्यात कुठल्याही क्षणी, कुठल्याही अप्रामाणिक माणसाशी संबंध जोडायला आवडेल का? आणि या प्रश्नाचे उत्तर जर ठामपणे नाही असे असेल, तर मग अप्रामाणिक डिस्काऊंट देणाऱ्या कंपनीबरोबर, तुम्ही तुमचे आयुष्यभराचे कष्ट करून जमवलेले पैसे, कसे काय जोडू शकता?

नमस्कार पर्यटक मित्र मैत्रिणींनो. आपल्याला कबूल केल्याप्रमाणे, मी परत एकदा आलो आहे, माझ्या पर्यटन विश्वातले काही अनुभव तुमच्याबरोबर शेअर करण्यासाठी! माझे हे सर्व अनुभव, जसे घडले तसे तुमच्यापुढे ठेवण्याचा मी प्रामाणिक प्रयत्न करत आलो आहे आणि त्यामुळेच कदाचित तुमच्यापैकी खूप जणांना ते भावले आणि तसे त्यांनी मला ई-मेलच्या माध्यमातून कळवलेसुद्धा. मी ऑक्टोबरपासून परत तुमच्या भेटिला येण्याचं आश्वासन दिलं होतं आणि त्यालाच अनुसरून गेल्या दोन-तीन आठवड्यांपासून, मला सर्व पर्यटन प्रेमींचे ई-मेल येऊ लागले आणि लेख कधीपासून येणार याची विचारणासुद्धा होऊ लागली.

ह्या वर्षी आम्ही ऑगस्टमध्येच आमच्या युरोप आणि अमेरिका - २०१९च्या टूर्स लाँच केल्या. नॉर्मली सगळ्या कंपन्या ऑक्टोबर, नोव्हेंबरमध्ये युरोप, अमेरिका लाँच

करतात. परंतु आमची जाहिरात येताच, इतर कंपन्यांमध्ये लाँच करण्याची तर स्पर्धाच लागली. मग कोणी मेगा डिस्काऊंट दिला, कोणी जंबो डिस्काऊंट दिला तर कोणी बोनांझा ऑफर दिली. किंमत दाखवताना तीन लाख एकोणीस हजार व नंतर त्या किंमतीवर अगणित डिस्काऊंट्स आणि अर्ली बर्ड ऑफर्स देऊन ती किंमत रु. दोन लाख पस्तीस हजारपर्यंत खाली आणलेली. आधीच किंमत चौऱ्याऐंशी हजारांनी वाढवून मग त्याच्यावर असे डिस्काऊंट्स देऊन, ग्राहकांना भुरळ पाडण्याचा केलेला प्रयत्न, कदाचित त्यांना काही जणांचं बुकिंग देऊनही जात असेल. पण सुज्ञ ग्राहक हा प्रश्न त्यांना का विचारत नाहीत की, बाबांनो, तुम्ही हा डिस्काऊंट देता ही चांगली गोष्ट आहे. पण कशासाठी देता हे डिस्काऊंट्स? का, कोणी आपल्या खिशातले ८४ हजार रुपये घालून तुम्हाला यूरोप दाखवेल?? जर त्यांच्या जाहिराती तुम्ही पाहिल्यात, तर त्या पूर्णपणे डिस्काऊंट्सवरच फोकस केलेल्या असतात. त्यामध्ये कुठेही ‘त्यांची दूर का घ्यावी?’ किंवा ‘त्यांची दूर कशी चांगली?’ याचा उल्लेखसुद्धा नसतो.

ह्या वर्षी आमच्या दूरवर ठाण्याचे उदय सोहोनी हे रेमंड्स कंपनीमधून मार्केटिंग हेड पदावरून निवृत्त झालेले एक हरहुन्नरी व्यक्तिमत्व आले होते. ते म्हणाले “माझे संपूर्ण करियर मार्केटिंगमध्ये गेले. वेगवेगळ्या मार्केटिंगच्या कॅम्पेन्सही मी केल्या, पण तुमची जाहिरात मी पाहिली आणि लगेच येऊन बुकिंगसुद्धा करून टाकलं. बाकी सगळ्या कंपन्या ‘आम्ही कसे डिस्काऊंट देतो’ हे सांगण्यासाठी जाहिराती करतात, पण तुमची एकमेव कंपनी आहे, जी ‘आम्ही डिस्काऊंट देत नाही’ हे सांगण्यासाठी जाहिराती करते. फिक्स्ड किंमत असल्यामुळे, आम्ही निर्धास्तपणे येऊन बुकिंग करू शकतो.” ते म्हणाले तुम्हाला तुमच्या आयुष्यात कुठल्याही क्षणी, कुठल्याही अप्रामाणिक माणसाशी संबंध जोडायला आवडेल का? आणि या प्रश्नाचे उत्तर जर ठामपणे नाही असे असेल, तर मग अप्रामाणिक डिस्काऊंट देणाऱ्या कंपनीबरोबर, तुम्ही तुमचे आयुष्यभराचे कष्ट करून जमवलेले पैसे, कसे काय जोडू शकता? आणि आता, सुरवातीलाच, अप्रामाणिकपणाच्या पायावर सुरु केलेले हे नाते, पुढे जाऊन तरी किती प्रमाणात तुमच्या विश्वासाला पात्र ठरू शकेल? हा खरोखरच आपण, आपल्याच सदसदविवेक बुद्धीला विचारण्यासारखा प्रश्न आहे. त्यापेक्षा आमची किंमत फिक्स आहे, डिस्काऊंटची पॉलिसीच नाही, म्हंटल्यावर ग्राहकांना पैसे भरताना अजिबात असे वाटत नाही की, अरे अजून थोडा डिस्काऊंट मागितला असता तर? आणि निर्धास्तपणे ते बुकिंग अमाऊंट भरून, दूर बुक

करतात. काही कंपन्या, दूरचे संपूर्ण पैसे आताच भरल्यास एक मोठा डिस्काऊंट देऊ करतात, ज्याची भुरळ पडून काही लोक दूरचे संपूर्ण पैसे आताच सात-आठ महिने आधीच भरून मोकळे होतात. त्यावेळी ते हा विचार करत नाहीत की, मी संपूर्ण पैसे आता भरल्यामुळे मला त्या कंपनीने एवढा मोठा डिस्काऊंट दिला खरा, पण का दिला असेल असा डिस्काऊंट? मी पैसे आता भरल्याने, आयफेल टॉवरचे तिकीट त्यांना अर्ध्या किंमतीत मिळणार आहे का? की युरोस्टार ट्रेन त्यांना अर्ध्या किंमतीत तिकीट देणार आहे? आणि तसं जर नसेल तर मग का बरं त्या कंपनीने, मला डिस्काऊंट दिला असेल? याचं उत्तर असं आहे की, तुम्ही दिलेले पैसे, कदाचित, त्या कंपनीच्या आजच्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी वापरले जाणार असतील का?? कारण दूरशी संबंधित, सर्व सेवांचे पैसे तिथल्या एजन्ट्सना मार्च नंतरच द्यावे लागतात. आमच्याकडेसुद्धा असे बरेच लोक येतात, तुम्ही पूर्ण पैसे घ्या आणि तेवढा डिस्काऊंट द्या, पण आम्ही त्यांना नीट समजावून सांगतो की, तुम्ही पूर्ण पैसे जर आता भरलेत, तर त्याचा मला काहीच उपयोग नाही ते पैसे तुम्ही आठ महिने F.D. मध्ये ठेवले, तर तुम्हाला त्याच्यावर प्रत्येकी दहा हजारापर्यंत व्याज ही मिळू शकतं आणि सगळ्यात महत्वाचं म्हणजे, तुम्ही संपूर्ण पैसे त्या कंपनीला, आताच दिलेत आणि त्यामुळे जर तुमच्या अकाऊंटमध्ये पैसे नसतील किंवा कमी असतील, तर तुमचा व्हिसा रिजेक्ट होण्याची शक्यता खूप मोठी असते. त्यामुळे मोठ्या डिस्काऊंटच्या आमिषाला बळी पडून धोका पत्करण योग्य नव्हे.

काही कंपन्या आणि त्यांचे संचालक आज ३५ वर्षे मार्केटमध्ये आहेत. त्यांच्याकडे एक हजार जणांचा स्टाफ आहे. एक हजार सेल्स एजन्ट संपूर्ण महाराष्ट्रभर आहेत. ८५ च्यावर दूर मॅनेजर्स आहेत आणि एका वर्षात सोळा हजार पर्यटक युरोपला नेल्याचा, ते दावा करतात. त्यांच्या दाव्यानुसार त्यांची रिसर्च टीम म्हणजे एक भला मोठा ऑर्केस्ट्रा आहे, ज्याच्यात त्यांची प्रॉडक्ट डिझायनिंग टीम, प्रायझिंग टीम, कमर्शियल अँड कॉन्ट्रॉलिंग टीम, एअर रिझर्वेशन टीम, सेल्स अँड मार्केटिंग टीम वगैरे वगैरे मिळून नवीन काय अँड करायचं? किंवा जुनं काय काढून टाकायचं? याच्यावर विशेष अभ्यास करत असतात. अशा कंपनीने, आमच्यासारख्या ज्यांना मार्केटमध्ये फक्त दहाच वर्षे झालीत, त्यांचा कार्यक्रम का कॉपी करावा? जर त्यांच्या म्हणण्यानुसार, त्यांच्याकडे १०० जणांची टीम, फक्त युरोपच्या कार्यक्रमावर काम करत असेल, तर आमचा कार्यक्रम त्यांना जसाच्या तसा का कॉपी करावा लागतो? ही आमच्यासाठी खरंतर अभिमानाची गोष्ट आहे आणि

त्यांच्यासाठी दुर्दैवाची. असं करून त्यांनी आमचे यूरोपचे प्रभुत्व मान्य केल्यासारखेच आहे.

ह्या वर्षीच्या पहिल्याच गुपमध्ये आमच्या बरोबर पुण्याच्या कर्वे रोडवरील अमर प्रॉडक्ट्स या ड्राय फ्रूट्सच्या दुकानाचे मालक बुट्टे-पाटील आले होते. ४७ जणांचा हा ग्रुप छान जमला होता. याच दूरवर ठाण्याचे ८२ वर्षांचे दिलखुलास व्यक्तिमत्त्वाचे सिधये काका पण होते. आमची दूर आता संपत आली होती. फक्त लंडन आणि पॅरिस राहिले होते. आम्ही हुक ऑफ हॉलंडवरून रात्रीची बोट धरून इंग्लंडमधल्या हॅरीच बंदराला सकाळी पोचणार होतो. हॅरीचला आल्यावर इमिग्रेशन आणि कस्टम्सचे सर्व सोपस्कार पार पाडून आमच्या बसकडे आलो. हॅरीच ते लंडन हा साधारण अडीच ते तीन तासांचा ड्राइव्ह आहे. बसमध्ये बसण्यापूर्वीच मी सर्वांना याची कल्पना देऊन, स्वच्छतागृह वापरून, मगच बसमध्ये बसण्याची सूचना दिली होती. कारण, तिथून आम्ही मॅडम टुसॉइसच्या मेणाच्या पुतळ्यांच्या (Wax) म्युझियमला डायरेक्ट जाणार होतो व वाटेत कुठेही स्वच्छतागृहाची चांगली सोय होऊ शकत नव्हती.

नॉर्मली मॅडम टुसॉइसच्या आत जाण्यासाठी खूप मोठ्या रांगा असतात व रांगेतच खूप वेळ थांबावे लागते. परंतु आम्ही पोचलो त्या दिवशी तिथे अजिबात लाईन नव्हती आणि आम्हाला डायरेक्ट आतच सोडले. आम्ही हॅरीच सोडून तीन तास झाले होते आणि जवळ जवळ सगळ्यांनाच स्वच्छतागृहात जायचं होतं. परंतु मला कोणीच तसे बोलले नव्हतं. आणि ज्या क्षणी मॅडम टुसॉइसच्या दारात आमची बस थांबली, त्या क्षणी आख्खी बस प्रचंड वेगाने रिकामी झाली. सगळ्यात पुढे बुट्टे-पाटील होते. ते धावत धावत १०-१२ पायच्या चढले आणि त्यांना आता कंट्रोल करणं खूप जड जात होतं. त्यांना इतकं टेंशन आलं होतं की त्यांनी तिथे ठेवलेल्या मेणाच्या पुतळ्यालाच विचारलं Where is the toilet? आणि त्यांच्या मागे असलेला अख्खा ग्रुप, ज्यांना सगळ्यांनाच तितक्याच तीव्रतेने टॉयलेटला जायचं होतं, ते सगळे, ती तीव्रता आणि ती निकड विसरून मनसोक्त आणि पोट धरून हसले होते.

आज इथेच थांबतो. परत भेटूया पुढच्या रविवारी, याच ठिकाणी. तो पर्यंत तुम्ही सुद्धा खूप खूप हसा !

क्रमशः

‘मॅंगो’ स्पेशल
इंटरनॅशनल आणि
डोमेस्टिक टूर्स

Europe | America | Australia & New Zealand
South Africa | Dubai | South East Asia | Mauritius
Kerala | Rajasthan | Madhya Pradesh | Himachal

www.mangoholidays.in

● पुणे : (020) 2544 4415/16/17/18, 25511571/2 मो. : 83800 39505 ● दादर : (022) 2433 5500/11/22/33 ● ठाणे : (022) 2545 0017/18 ● नागपुर : (0712) 2244557/8/9 मो. : 93715 60725 ● साप्ताहिक सुट्टी : रविवार

milind@mangoholidays.in

