



Marketing cestovního ruchu

I. soustředění

[Administrativa]

- Hodnocení studia:
 - Vypracovaný POT
 - Ústní zkouška (obhajoba POTu a otázka k vybranému problému, jejich seznam bude zveřejněn)
- Literatura
 - DSO Marketing cestovního ruchu
 - Marketingová strategie destinace ČR (Palatková) od str. 75
- Vaším úkolem bude navrhnout produktové portfolio vybrané destinace a pro vybraný produkt navrhnout komunikační kampaň na cílových trzích (1 rok)
- Destinacemi jsou kraje ČR
- Odevzdání seminární práce – elektronicky do odevzdárny 10.1. 2010, fyzicky na zkoušku.

Definice marketingu cestovního ruchu

- V našem pojetí chápeme marketing cestovního ruchu jako destinační marketing
- Destinační marketing je aplikovaným marketingem služeb
- Destinaci chápeme jako produkt cestovního ruchu

Produkt cestovního ruchu

Proč přijíždí turista do určité destinace?

- poznání
- relaxace
- sportovní aktivity
- něco nového se naučit, aj.

Zážitek

Zážitek vzniká

- Spotřebou služeb cestovního ruchu v destinaci
- Návštěvou turistických atraktivit
- Vzájemnou interakcí místních obyvatel a turistů
- Genius loci

Základní kameny produktu CR

[Vlastnosti služeb]

- Nehmotnost
- Nedělitelnost
- Proměnlivost
- Pomíjivost

Marketing služeb

Specifické vlastnosti produktu odlišují marketing služeb od klasického (tradičního) marketingu.

Vlastnosti
produktu



rozšíření
marketingového
mixu

Specifikum destinačního marketingu

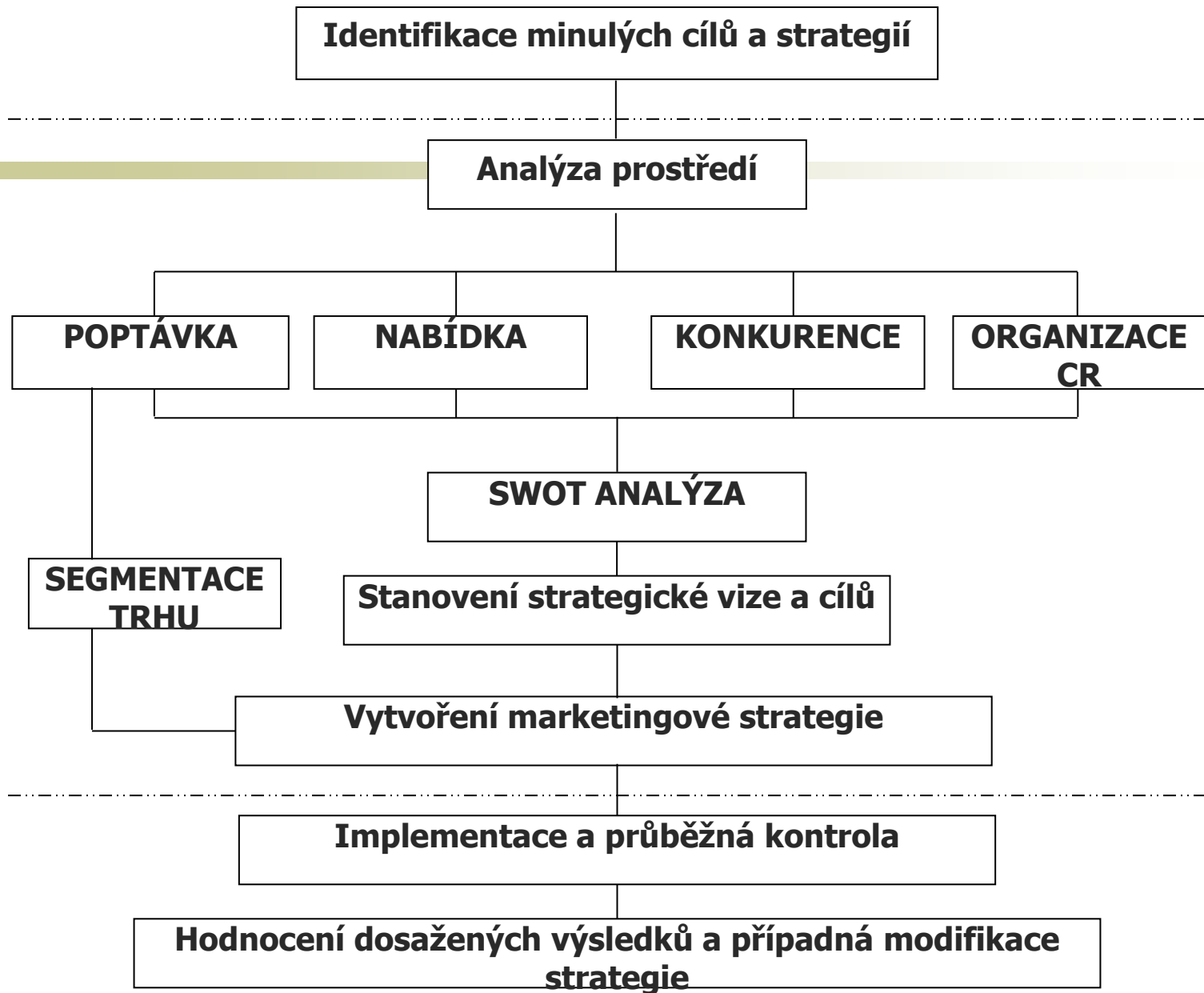
- Široká škála cílů, která pomocí destinačního marketingu můžeme naplňovat
 - uspokojovat přání a potřeby návštěvníků
 - maximalizovat návštěvnost ????
- ⇒ Efekt turistické pasti

Efekt turistické pasti

- jednou ze specifických črt CR je jeho “schopnost” znehodnotit svůj vlastní kapitál vlastními podnikatelskými aktivitami
- stává se to často v souvislosti s absencí regulace rozvoje CR (v souvislosti s jeho nahodilým rozvojem)
- intenzita negativního dopadu takového rozvoje je dána zejména relativním počtem návštěvníků (ve vztahu k počtu obyvatel), sezónností, zranitelností ekosystémů, mírou ekonomické závislosti místních obyvatel na cestovním ruchu a mírou regulace CR v destinaci

Klíčové prvky marketingu destinace

- Nabídka produktu přesně vymezeným cílovým skupinám (trhům) → cílování (targeting).
- Umístění produktu na trh (positioning)
- Aktivací marketingového mixu



Sestavení produktového mixu

Na základě znalosti:

- nabídky destinace
- konkurence
- poptávky (poptávkových trendů)

Identifikace klíčových konkurenčních výhod



Suchen

[Sitemap](#)

- [Home](#)
- [Über Österreich](#)
- [Reiseführer](#)
- [Urlaubsthemen](#)
- [Unterkünfte](#)
- [Reiseplanung](#)
- [Service](#)
- [austria & more](#)

[Home](#) > [Urlaubsthemen](#) > [Urlaubsangebote](#)

Urlaubsthemen

Urlaubsangebote

[Berge & Wandern](#)

[Rad & Mountainbike](#)

[Baden & Wassersport](#)

[Laufen & Nordic Walking](#)

[Familie & Kinder](#)

[Wellness & Gesundheit](#)

[Kultur](#)


[Traumrouten](#)

[Genussurlaub](#)

[Veranstaltungen](#)

[Winter](#)

Newsletter Abo

Immer auf dem Laufenden bleiben?  Wir informieren Sie regelmäßig über aktuelle Urlaubsangebote und Gewinnspiele.

 [Newsletter abonnieren](#)

Aktuelle Urlaubsangebote



Auf dieser Seite können Sie in aktuellen Urlaubsangeboten zu Urlaubsthemen wie Wellness, Wandern, Ski fahren, Rad fahren, Angeln, Natur oder Gesundheit stöbern. Für Ihren gesunden, erholsamen und erlebnisreichen Urlaub in Österreich!



Winterurlaub am Bauernhof ab €25 pro Tag

Sie haben an 365 Tagen geöffnet – und sind immer voller Leben. Salzburgs Bauernhöfe sind ein Urlaubsdomizil, das gerade im Winter seine Stärken ausspielt. [weiter](#)



Naturidyllischer Urlaub ab €115 für 3 Tage

Die 26 Naturidyll Hotels befinden sich an den schönsten Plätzen in Österreich und ermöglichen eine Vielfalt an Sport- und Erholungsmöglichkeiten.

Hotels/Unterkünfte

Bundesland oder Ort: *

Anreise am:

16 3 2009

Abreise am:

23 3 2009

Zimmer:

1 Doppelzimmer

Suchen

[Detailsuche](#)

Anzeige

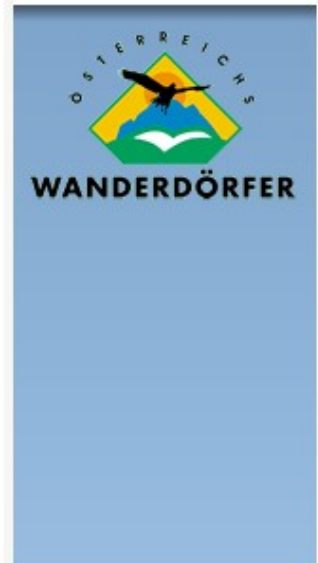
TOP-ANGEBOTE
aus den Themen:
Kulinarik, Familie,
Wandern, Wellness
und Golf.



Top-Angebote für [Urlaub am Wörthersee](#)

Anzeige

40 ERLEBNIS-
WANDERWEGE



SOMMER



SalzburgerLand



HOTEL BUCHEN

Alle Orte/All towns

Anreise: 15.03.2009

Nächte: 1

Spezialangebote

SPORT & SPASS

- News & Aktuelles
- Ski & Board
- Nordic Sports
- Aktiv im Winter
- Skitouren
- Skipauschalen
- Super Ski Card
- One Big Park Community

NATUR & WELLNESS

- News & Aktuelles
- Natur erleben
- Family & Kids
- Alpine Wellness
- Après Ski
- Land & Leute

KULTUR & KULINARIK

- News & Aktuelles
- Kultur & Advent
- Mozart
- Salzburgerisch aufgetischt
- SalzburgerLand Card
- Tagungen & Kongresse
- Sound of Music

MAPS & MORE

- Wetter & Livecams
- Regionen / Orte / Map
- Schneebericht
- Veranstaltungen
- Anreise
- Shop
- Media & Newsletter

SONNENSKILAUFL
BEST OF WINTER

RELAX PUR
ALPINE WELLNESS

snowJazz
GASTEIN 20.-29.03.

NEWSLETTER
ABONNIEREN



KÄRNTEN

URLAUB BEI FREUNDEN

Willkommen

Kärnten
Sonne. Süden. Skivergnügen.

Top-Winter
Urlaubs-
Pauschalen
für Sie!

Kärnten Film
Kärnten Locator

Frühling Sommer Herbst Winter > [Skiregionen](#)

Hier finden Sie
freie Zimmer.

Anreise: * Dauer: Nächte* Zimmerart: (alle) *
für je * Erwachsene und Kinder im Alter von

Hotels und Unterkünfte.

- > Winterunterkünfte
- > Sommerunterkünfte
- > Verband der Privatvermieter
- > Camping
- > Top-Urlaubs-Pauschalen
- > unverbindl. Urlaubsanfrage

Süden kann alles.

- > Ski Alpin
- > Abseits der Piste
- > Trendsportarten
- > Langlaufen
- > Eis laufen
- > Snowboarden

Süden liebt Kinder.

- > Urlaub mit Kindern
- > Schulsportwochen
- > Urlaub am Bauernhof

Süden wirkt Wunder.

- > Wohlfühlen / Gesundheit
- > Brauchtum / Kultur

Süden Aktuell.

- > Winter News
- > [SCHNEEBERICHT](#)
- > Skigebiete
- > Event & Highlights
- > Urlaub grenzenlos
- > Reisetagebuch/Blog

Fliegen Sie **supergünstig**
nach Kärnten!



> [Flugangebote](#)




**Kärnten
BLOG**

[MEIN REISETAGEBUCH](#)

Hlavní a vedlejší témata

Globální témata	Pohyb	Relaxace	Kultura	Příroda	Kulinářství	MICE
Témata	<ul style="list-style-type: none"> ■ Cykloturistika ■ Pěší turistika ■ Golf ■ In-line ■ Nordic walking ■ Vodní sporty 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Lázeňství ■ Wellness ■ Pobyty u vody 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Architektura ■ Folklór ■ Festivaly a další kulturní akce 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Národní parky a CHKO ■ Venkov 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Vinařská turistika ■ Gastronomie (tradiční produkty, pivo) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Veletržní turistika ■ Kongresová turistika ■ Incentivní turistika
Affinity Groupes	<ul style="list-style-type: none"> ■ bajkeři ■ golfisti ■ milovníci vážné hudby 					
Roční témata	<ul style="list-style-type: none"> ■ Napoleon a (200. výročí bitvy u Slavkova) ■ Janáčkovo město (150 let od narození Janáčka) 					

Geografická konkurence

Tab. 2.6 GEOGRAFICKÁ KONKURENCE - HLAVNÍ KONKURENČNÍ OBLASTI JIHOČESKÉHO KRAJE

Horní Rakousko	Zázemí pro wellness, pěší turistika, cykloturistika, kultura, sport, v zimě lyžování, běžky.
Dolní Rakousko	Kultura, nabídka festivalů a trhů, vinařství, cyklistika.
Východní Bavorsko	Pěší turistika a cykloturistika, hipoturistika, golf, wellness, zimní sporty
Praha	Hlavní město, primární destinace pro velkou část zahraničních turistů, historické a kulturní památky, kongresová turistika.
Okolí Prahy	Spádová oblast Prahy, příroda, historické objekty, UNESCO (Kutná Hora).
Šumava (část na území Plzeňského kraje)	Příroda, lesy, pěší turistika, cykloturistika, v zimě lyžařské areály, běžky.
Jihomoravský kraj	UNESCO (Brno), příroda, pěší turistika, poznávací turistika, folklór, vinařství, NP Podyjí.
Vysočina	Památky UNSECO (Telč, Třebíč, Žďár nad Sázavou), příroda, lesy, pěší turistika, cykloturistika, v zimě běžky

Tab. 2.7 PRODUKTOVÁ KONKURENCE JIHOČESKÉHO KRAJE

Památky, historická města	Praha, Jižní Morava
<i>charakteristika</i>	<i>Konkurenční výhoda Prahy je v koncentraci historických památek a v prominentním postavení hlavního města, Jihomoravský kraj nabízí absolutně nejvíce hradů a zámků v ČR (ovšem méně propagovaných).</i>
Kulturní nabídka	Praha, Karlovy Vary, východní Čechy
<i>charakteristika</i>	<i>Praha těží ze svého postavení, Karlovy Vary jsou místem tradičních festivalů kultury mezinárodního věhlasu (především Karlovarský filmový festival), ve východních Čechách jsou také tradiční festivaly (např. Smetanova Litomyšl).</i>
Zimní sporty	Krkonoše, Šumava, Alpy, Tatry, Krušné hory, Jizerské hory, Orlické hory, Beskydy
<i>charakteristika</i>	<i>Krkonoše a část Šumavy jsou zimní lyžařská střediska nadnárodního významu, pro turisty je příznivá dostupnost slovenských Tater a rakouských Alp. Konkurence je také na straně center zimních sportů národního významu.</i>

[Analýza poptávky]

2 bloky:

- analýza statistických dat ČSÚ a bude se soustředit na následující problémy:
 - postavení destinace na trhu cestovního ruchu (význam příjezdového cestovního ruchu vůči regionům v ČR (event. vůči nejbližší konkurenci))
 - vývoj domácí a zahraniční návštěvnosti (min. od roku 2001) - její komparace
 - struktura zahraniční návštěvnosti - identifikace rychle rostoucích trhů (možnost využití matice BGC či jiného maticového vyjádření)
 - analýza délky pobytu a průměrných výdajů

[Analýza poptávky]

Data budou čerpána z následujících zdrojů:

- http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr
- [http://www.czso.cz/xu/edicniplan.nsf/kapitola/13-4201-08-2008-09 kapitola/13-6401-08-2008-09](http://www.czso.cz/xu/edicniplan.nsf/kapitola/13-4201-08-2008-09_kapitola/13-6401-08-2008-09)
- nebo případně
www.czechtourism.cz//files/statistiky/Analyza_prijezdoveho_cestovniho_ruchu_92_05.pdf (pouze částečně).
- Dále je možné využít analýz publikovaných v časopise C.O.T.

[Analýza poptávky]

Druhý blok bude zaměřen:

- na analýzu chování návštěvníka v destinaci.
- Vaším cílem bude interpretovat data z monitoringu návštěvnosti turistických regionů.
 - strukturu domácích návštěvníků
 - rozdíly mezi chováním domácích a zahraničních návštěvníků
 - specifické vzorce chování zahraničních návštěvníků
 - spokojenost/nespokojenost se službami v cestovním ruchu
- Zdroj dat naleznete zde:
 - <http://monitoring.czechtourism.cz/tabs.php>.

Segmentace trhu

segmentace trhu

- Stanovení segment. kritérií
- Popis jednotlivých segmentů

targeting = zacílení

- Kritéria pro měření atraktivity segmentů
- Výběr cílových segmentů

positioning = umístění

- Stanovení p. pro cíl. seg.
- Stanovení mar. mixu pro jednotlivé segmenty

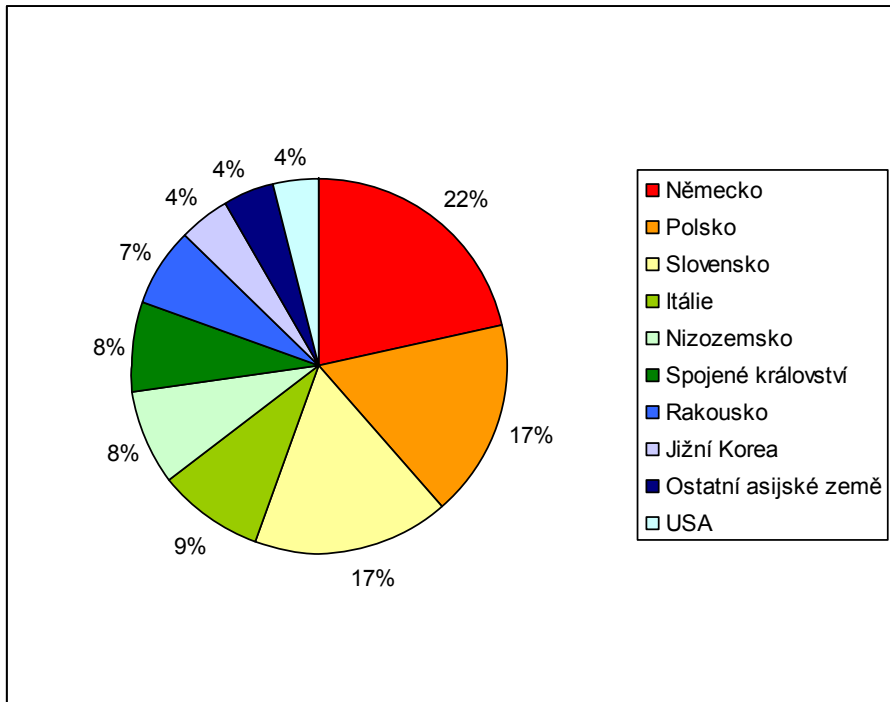
Kritéria segmentace

- geografické
- demografické
- účel cesty
- sociálně-ekonomické
- chování se segmentu
- psychografické
- segmentace ve vztahu k výrobkům
- životního stylu
- distribuční cesty

Fáze životního cyklu rodiny podle Wellse a Gubara

Mládenecká fáze	Mladí svobodní lidé nežijící s rodiči
Bezdětní novomanželé	
Plné hnízdo I	Rodina s nejstarším dítětem do 6 let
Plné hnízdo II	Rodina s nejmladším dítětem nad 6 let
Plné hnízdo III	Starší manželé s dětmi, které jsou na nich závislé
Prázdné hnízdo I	Děti jsou mimo domov, hlava rodiny stále pracuje
Prázdné hnízdo II	Hlava rodiny je v důchodu
Pracující osamělá vdova	resp. osamělý vdovec
Osamělá vdova v důchodu	resp. osamělý vdovec

Cílové trhy



- Německo + Rakousko – prázdné hnízdo a senioři, návštěva měst, vinařská turistika, památky a historie
- Polsko – rodiny s dětmi, kulinářství, krátkodobá návštěva
- Slovensko + ČR – všechny věkové kategorie, nevyhraněný turista
- Itálie – prázdné hnízdo, návštěva měst a kulturních a sportovních událostí
- Nizozemí – rodiny s dětmi, prázdné hnízdo, venkovská turistika, aktivní turistika
- UK – singles, muži, prázdné hnízdo, městská turistika
- Rusko – prázdné hnízdo, kultura, příroda, nákupy, kulinářství

Matice

	Pohyb	Relaxace	Kultura	Příroda	Kulinářství	MICE
Německo + Rakousko		X	X		X	X
ČR + Slovensko	X	X	X	X	X	X
Polsko			X		X	
Itálie			X			X
Nizozemí	X		X	X	X	
UK			X		X	
Rusko		X	X	X	X	X

Cykloturistika

	Rodinná cykloturistika	Terenní cykloturistika	Dálkové cyklotrasy	Vinařské cyklotrasy
ČR + Slovensko Mladí bez dětí Skupiny přátel		X	X	X
ČR + Slovensko Rodiny s dětmi	X			?
ČR + Slovensko Prázdné hnízdo	X		X	X
Nizozemí Rodiny s dětmi	X			
Nizozemí Prázdné hnízdo	X		X	X

[Charakteristika produktu]

- Struktura produktu
- Prostorová lokalizace
- Základní stavební prvky produktu
- Specifické služby

[Positioning (umístování)]

- Cílem je definovat hodnoty, atributy, vlastnosti destinace, které určují vnímání a image destinace.
- Tyto abstraktní prvky image jsou pak zhmotňovány vizuálním vzhledem (**look**) komunikačních kampaní (propagační materiály, suvenýry, logo) a propagačním sdělením (**voice**).

Zhmotnění představ



KÄRNTEN
URLAUB BEI FREUNDEN

Sonne. Süden. Skivergnügen.

Die Fußball-EM kommt 2008!

Skurlaub in Kärnten ist eigentlich ein Badeurlaub: Ein Sonnenbadeurlaub. Unter der Wintersonne des südlichsten Bundeslandes Österreichs locken die schneesichersten Pisten die Anfänger genauso wie die Skistar von morgen. Und damit der Spaß auch eine richtige Gaudi wird, genügt ein Einkerschwing auf einer der urigen Hütten. Und für Familien wird in Kärnten Winterurlaub zum unvergesslichen Abenteuer im Schnee. Weitere Information unter Tel.: 0043(0)463/3000 WWW.KAERNTEN.AT



KÄRNTEN
URLAUB BEI FREUNDEN

Sonne. Süden. Sommerspaß:

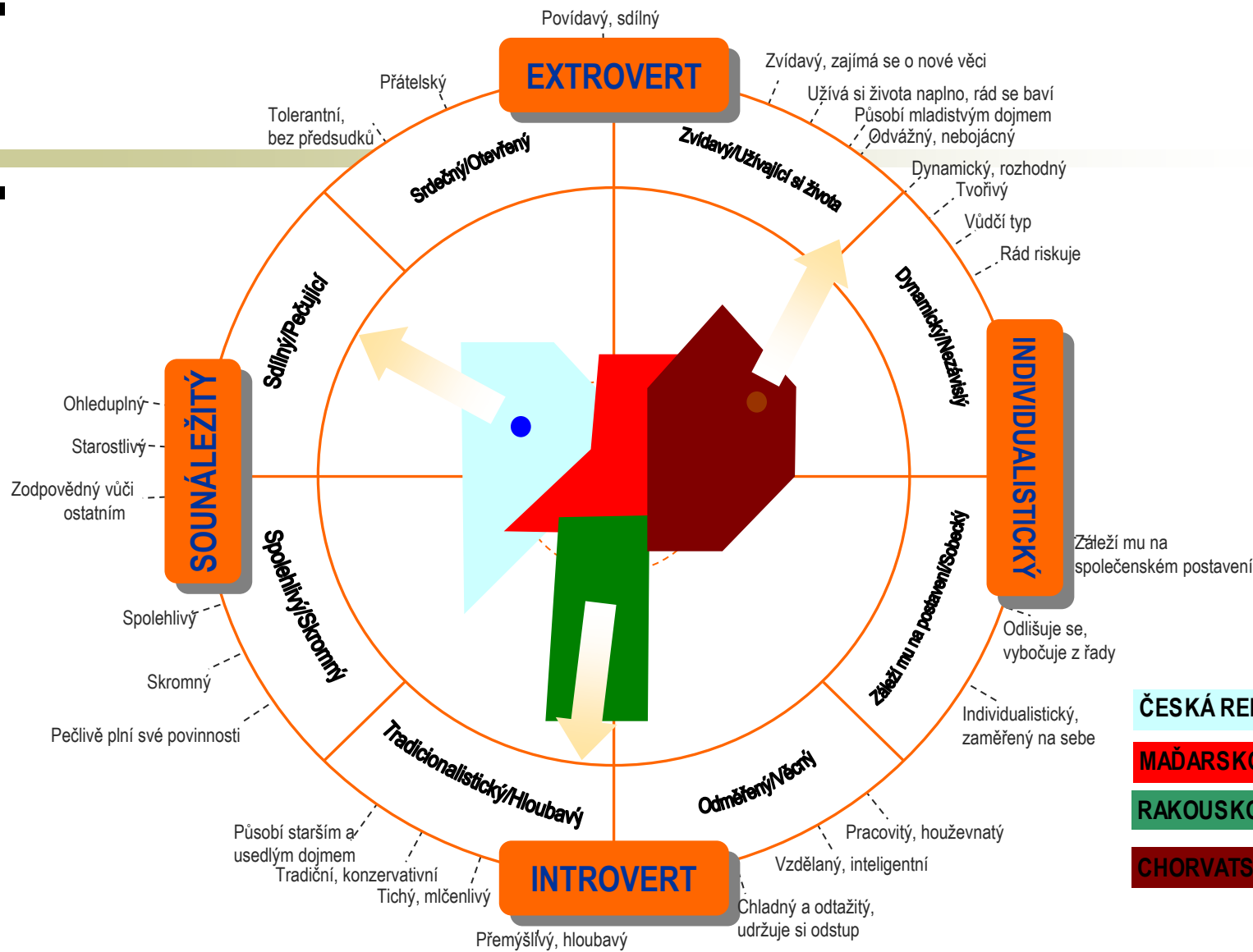
Im Urlaub in Kärnten, dem südlichsten Bundesland Österreichs, kommen alle, die aktiv sein wollen, auf ihre Kosten. Unzählige Badeseen bacherwarm und trinkwasserklar. Herrliche Berglandschaften. Über sanfte Kuppen bis hin zu schroffen Gebirgszügen. Ein einzigartiger Bewegungsraum. Alle Urlaubsmöglichkeiten. Abenteuer im Wasser, am Berg, am Green oder hoch zu Ross. In Kärnten, dem Bewegungsland Nummer 1. Mehr Infos unter Tel.: +43(0)463/3000. WWW.KAERNTEN.AT

Positioning ČR na zahraničních trzích (fyzická nabídka)

FAKTOR VNÍMÁNÍ ZEMĚ	POZICE ČR
HISTORIE A ARCHITEKTURA	Vynikající
POHODLÍ	Velmi dobrá
NÁKUPY	Velmi dobrá
ODPOČINEK A REGENERACE	Průměrná
TURISTIKA A CYKLOTURISTIKA	Průměrná
POZNÁVÁNÍ LIDÍ A PŘÍRODY	Průměrná
LETNÍ SPORTY A ZÁBAVA	Slabá
PŘÍRODA, DOBRODRUŽSTVÍ A ZIMNÍ SPORTY	Slabá

Vnímání ČR a blízkých zemí: hodnoty

ČR	MAĎARSKO	RAKOUSKO	CHORVATSKO
Přátelský	Odlišuje se, vybočuje z řady	Záleží mu na společenském postavení	Rád riskuje
Starostlivý	Chladný a odtažitý, udržuje si odstup	Tradiční, konzervativní	Odvážný, nebojácný
Žena	Rád riskuje	Chladný a odtažitý, udržuje si odstup	Působí mladistvým dojmem
Ohleduplný	Působí starším a usedlým dojmem	Má v úctě tradice	Užívá si života naplno, rád se baví
Vzdělaný, inteligentní	Skromný	Vzdělaný, inteligentní	Odlišuje se, vybočuje z řady
Odvážný, nebojácný	Zodpovědný vůči ostatním	Užívá si života naplno, rád se baví	Tichý, mlčenlivý
Odlišuje se, vybočuje z řady	Pečlivě plní své povinnosti	Tolerantní, bez předsudků	Přemýšlivý, hloubavý
Rád riskuje	Záleží mu na společenském postavení	Přátelský	Záleží mu na společenském postavení
Spolehlivý	Vzdělaný, inteligentní	Skromný	Chladný a odtažitý, udržuje si odstup
Přemýšlivý, hloubavý	Žena	Spolehlivý	Tradiční, konzervativní



[Positioning]

Rodinná cykloturistika

- Atributy (fyzické atraktivity)
- Vlastnosti a hodnoty (abstraktní imprese)

[Komunikační plán]

Výběr komunikačních nástrojů a technik

- ČR (50 % rozpočtu)
 - City lights
 - Letáková kampaň
 - Bannerová reklama na internetu
 - Tiskoviny (časopisy, noviny)
 - PR aktivity
- Slovensko (30 %)
 - City lights
 - Letáková kampaň
 - Bannerová reklama na internetu
 - PR aktivity
- Nizozemí (20 %)
 - Bannerová reklama na internetu
 - Tiskoviny (časopisy, noviny)
 - PR aktivity

Komunikační plán

Česká republika

City lights	EuroAWK, vybraná krajská města mimo nejbližší okolí JMK (Praha, Ostrava, Plzeň, České Budějovice, Pardubice, Hradec Králové), 100 ks, 2 x 1 měsíce (pozor řešit rozmístění)
Letáková kampaň	Vybrané regionální přílohy MF Dnes. Uvedené médium slouží jako prostředek distribuce brožurek propagující turistickou nabídku JMK. Půjde o sobotní vydání MF Dnes. (náklad 240 tis. ks)
Bannerová reklama	www.indes.cz/cestovani , formát Wide Square (300x 300 px), 3 x týden www.cykloturistika.cz , Sky (120 x 600 px)

Časový harmonogram jednotlivých aktivit

- Pro každý trh zvlášť

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
City lihts					■							
MF Dnes (letáky)				■								
www.indes.cz/cestovani					■	■						
www.cykloturistika.cz							■	■				
Časopis Cykloturistika					■				■			
Časopis Reflex						■						
Článek v magazínu HN (středa)						■						

[Odkazy]

- Profily zdrojových trhů (ppt v ISu) nebo <http://www.tourismtrade.org.uk/MarketIntelligenceResearch/CountrySpecificResearch.asp> nebo <http://www.austriatourism.com/xxl/site/int-de/area/465223/subArea/465282/subArea2/465327/%C3%BCblick.html>
- Marketingové plány - <http://www.touris.kaernten.at/?siid=985&LAid=1&jid=s0>
- Přehled nákladů tiskovin – <http://www.abccr.cz/tabperiod/nakper.html>