

Marketing služeb cestovního ruchu

Marketing destinace

8. Přednáška

Ing. Ida Vajčnerová, Ph.D.

idava@mendelu.cz

Odlišnosti služeb od výrobku

- Nehmotný charakter služeb (**nehmatatelnost**).
- Charakter výroby (**proměnlivost**).
- **Pomíjivost.**
- **Distribuční cesty.**
- **Podmíněnost nákladů.**
- **Vztah služeb a provozovatele (vázanost).**

Základní specifika služeb CR

- **Kratší expozitura služeb.**
- **Vliv psychiky a emocí.**
- **Význam „vnější stránky“.**
- **Důraz na úroveň a image.**
- **Závislost na komplementárních firmách.**
- **Snazší kopírování služeb.**
- **Důraz na propagaci mimo sezóny.**

Typické přístupy k MRK v CR

Marketingový mix používá více než jen „4P“ :

- PRODUCT / VÝROBEK
- PRICE / CENA
- PLACE / DISTRIBUCE
- PROMOTION / PROPAGACE
- PEOPLE / LIDÉ
- PARTNERSHIP / SPOLUPRÁCE
- PACKAGING / BALÍČKOVÁNÍ
- PROGRAMMING / PROGRAMOVÁ SPECIFIKACE

Segmentace

Zdrojový trh destinace je nutno rozdělit na jednotlivé **segmenty**.

Klasická segmentační kritéria:

Demografické

Geografické

Psychografické

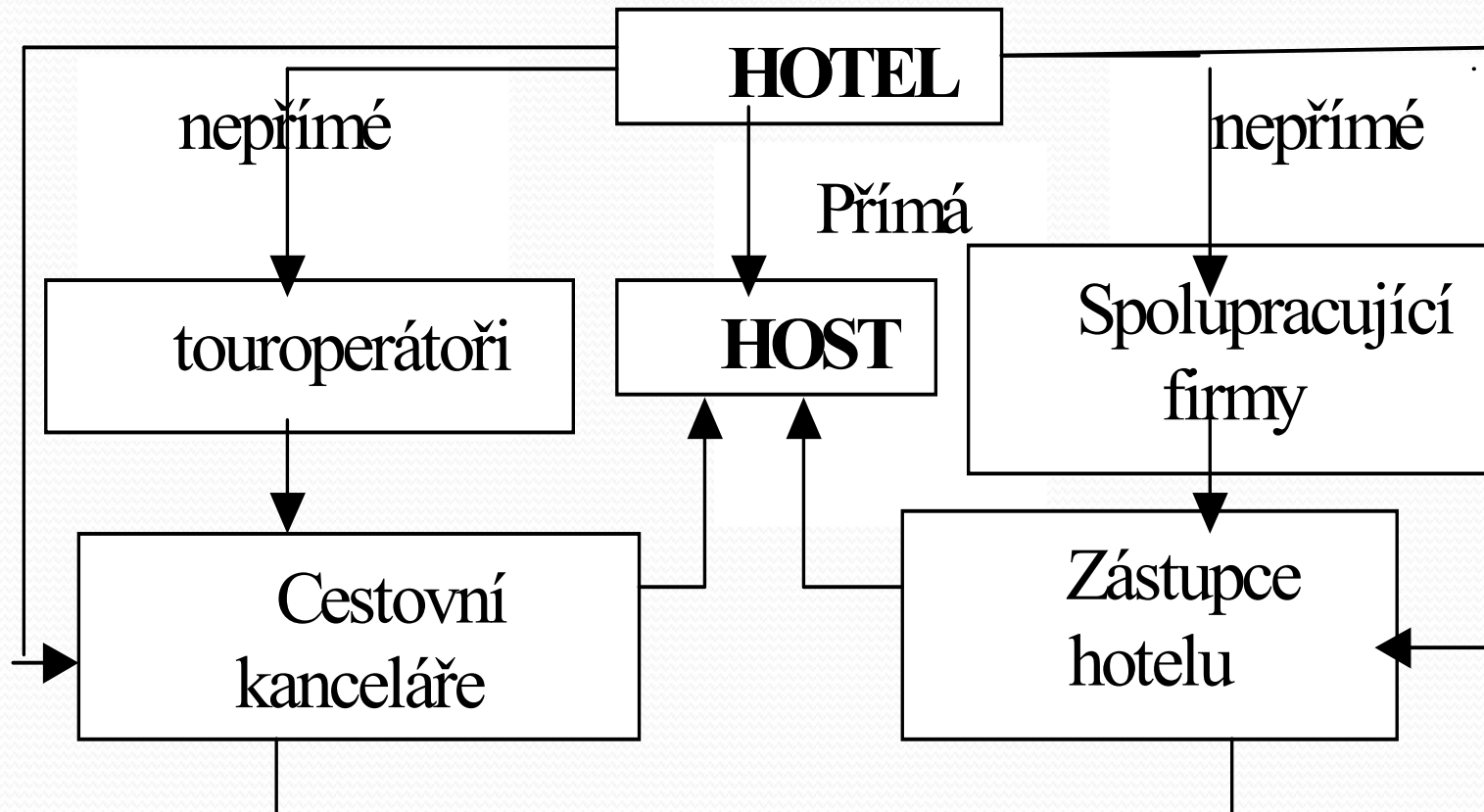
Behaviorální

- význam pro strategický diferencovaný marketing
- segment – produkt – marketingový mix

PRODUKT

- Uspokojení potřeb a požadavků turistů,
- různá úroveň komplexnosti – balíčky služeb,
- turistický produkt je komplexní zážitek od chvíle opuštění domova až do doby návratu,
- symbióza materiálních a nemateriálních zdrojů,
- zacílení na konkrétní zákaznické skupiny,
- dostatečná atraktivita, přístupnost,
- cena, kterou je zákazník ochoten akceptovat,
- soulad se skutečnou nabídkou destinace.

DISTRIBUCE (PLACE)



Distribuční kanály – sítě

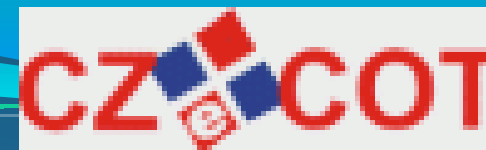
INTERNET, webové stránky, on-line služby

CRS, GDS,

Nezbytná je on-line rezervace

Spolupráce s CZeCOTem

www.czecot.com/cz = turistický server ČR



Hlavní stránka - CZeCOT - turistický server České republiky - Microsoft Internet Explorer

Soubor Úpravy Zobrazit Oblíbené Nástroje Nápověda

Adresa <http://www.czecot.com/cz/> Přejít Odkazy >>

Y! Search Web Mail My Yahoo! Autos Games Music Answers Personals >>

Česky Deutsch English Español Français Italiano Nederlands Polski ru-русски

CZECOT ::: turistický server České republiky :::... hledat

rozšířené hledání

čas v České republice 23:41 Měna CZK

[Památky](#) | [Lázně](#) | [Ubytování](#) | [Kongresy](#) | [Restaurace](#)

Fotogalerie + pohlednice Videogalerie
Virtuální prohlídka Webkamery
Turistické programy
Kalendář akcí Mapy
Turistický informační servis
E-mailová adresa registrovat

Region

- Česká republika
 - Český ráj
 - Český sever
 - Jižní Čechy
 - Jižní Morava
 - Krkonoše
 - Plzeňsko
 - Praha
 - Severní Morava a Slezsko
 - Severozápadní Čechy
 - Střední Čechy
 - Střední Morava

www.vychodni-cechy.info

Dnes je 14. října 2007 a svátek má Krasomil, Agáta, Krasoslava, Krasoslav Pranostika na dnešní den: Na svatého Kalista ucpi včelín dočista.

Vážení a milí,

ocitli jste se na turistickém serveru České republiky www.CZeCOT.com (čtete čekot). Jsme tomu rádi. I vy buďte rádi, protože ať jste turista či provozovatel, může vám přinést mnoho užitku.

Regiony České republiky

Území České republiky je rozděleno do 15 turistických regionů, které jsou podrobně v rámci serveru zmapovány. Klikněte si na region, který hodláte navštívit, a naplánujte si podrobně Váš výlet. Možnost hledání Važích cílů také máme přímou v interaktivní mapě

Start E:\Předná... Microsoft ... COT info - ... Mobilink Hlavní str... Internet 23:42

Příklady WWW prezentací v cestovním ruchu - Region Znojensko:

Znojensko - Mozilla Firefox

Soubor Úpravy Zobrazit Přejít Záložky Nástroje Nápověda

http://www.znojmo.cz/ Přejít

Hotmail Vlastní odkazy Windows Media Windows index.

znojensko.info CZ EN D
29. 11. 2006 - svátek má Zina

O regionu Infostrany Akce Ubytování Trasy Odkazy Počasí na Znojensku Kniha návštěv



Vyhledávání regionu

v názvu všude

Znojensko

Kam dnes na oběd
Denní menu

EXCALIBUR CITY
ZNOVÍN ZNOJMO a.s.
se sídlem v Šatově

PRESTIGE
za vínem

Fotobanka

Nejblíže akce
Další akce >>

- 30.11. 2006**
Klubové setkání, 17-19 hod., Klub zdraví MĚK
- 1.12. 2006**
"Vánoční zpívání" - regionální soutěž dětských zpěváků, DDM Šumná, pořádá DDM Šumná, tel./fax: 515 291 436, e-mail: ddmsum@mboxzn.cz
- 2.12. 2006**
Mikulášská besídka, setkání důchodců, KD v Šatově, začátek v 14.00, pořádá OÚ a SDH Šatov,

Kdo jednou navštívil Znojensko, rád se vrací zpět. Není divu, tento kraj při samé hranici s Rakouskem dokáže oslovit každého. Milujete divokou a nespoutanou krajinu? Pak nemůžete pochybit, když navštívíte **Národní park Podyjí** a jeho rakouský protějšek **Thayatal** s hraniční řekou Dyjí, která se zařezává do hlubokého údolí a vytváří neopakovatelné scenérie. Máte rádi ruch a společnost? Pak je zde okolí hráze a pláže Vranovské přehrady, kde člověk nikdy nemůže zůstat sám.

Hledáte tichou a zádumčivou krajinu? Zavítejte na Jevišovicko s hlubokými lesy, kde dříve potkáte srnku než člověka. Lákají vás historické památky? Zámky **Vranov**, **Jevišovice**, **Uherčice**, hrad **Bítov**, zříceniny **Nového Hrádku**, **Cornštejna** a dalších hradů, návštěva historického Znojma se slavnou rotundou sv. Kateřiny, radniční věží a Mikulášským chrámem nemohou nikoho zklamat.

Máte rádi umění? Slovanská epeje Alfonse Muchy v Moravském Krumlově, expozice starého malířství v znojenském Domě umění či celá řada galerií budou zajímavým programem na ne jeden den. Zajímáte se o techniku? Pak jste na správném místě – renesanční **vodní mlýn** ve Slupi, **nejstarší přehrada ve střední Evropě** v Jevišovicích či **muzeum motocyklů** v Lesné dokáže jistě naplnit vaše představy.

Máte rádi víno? Pak jste si lépe nemohli vybrat. Zdejší vinařská oblast je proslavená hlavně bílými víny, k návštěvě lákají vinné sklípky nebo nejmalebnější vinice Šobes, ve které můžete degustovat vína z hroznů vypěstovaných na okolních stráních a terasách, návštěvníka zaujmou procházky ve sklepních uličkách Šatova, Hnanic, Nového Šaldorfa

Hotovo

CENA (PRICE)

Hlavní cenové strategie:

- cena nákladová
- dle poptávky
- dle konkurence
- dle cílů podniku
- dle fáze životního cyklu:
 - průniková cena,
 - strategie sbírání smetany
- psychologické ceny, jednotné ceny typu „all inclusive“
- slevy (časové, hromadné, věrným klientům)
- diferenciacce cen

CENA JE SIGNÁL PRO KUPUJÍCÍ O PRODUKTU A JEHO ZAŘAZENÍ NA TRHU

DRUH PRODUKTU	REAKCE NA KUPNÍ CENU	POŽADAVKY NA TVORBU CEN
zaměnitelný, lze jej snadno posoudit (např. třídenní cesta do známého města)	zákazník je velmi citlivý na ceny a vybírá si cenově výhodný produkt	průhledná, výhodná cena, dodatečné výkony jsou účtovány zvlášť
komplexní, předem nelze posoudit, vysoce prestižní (cesta kolem světa nebo lyžařský pobyt v horách)	zákazník chce mít záruku (např. značka) a je připraven zaplatit navíc prémii za jistotu	jasné ceny bez neprůhledných přírážek, cena "all-inclusive", tzn. vše zahrnující

Tvorba cen

Před kalkulací ceny je třeba znát:

- ceny služeb jednotlivých dodavatelů,
- min. počet účastníků akce,
- předpokládaný devizový kurz (při zahraniční spolupráci).

Předběžná cena X výsledná cena.

Tvorba cen

- Náklady na jednoho klienta (ubytování, stravování,..),
- rozpočitatelné náklady (doprava, průvodce, přednáška,..),
- režijní náklady,
- provize,
- zákonné pojištění CK.

PROPAGAČNÍ A KOMUNIKAČNÍ MIX

- **Přímé** komunikační nástroje:
 - osobní prodej
 - přímý marketing
- **Nepřímé** komunikační nástroje:
 - reklama (letáky, internet, orientační tabule, reklamní spoty,..)
 - publicita, public relations
 - podpora prodeje (cenové zvýhodnění, dárky,..)

PROPAGAČNÍ A KOMUNIKAČNÍ MIX



- GO (Regiontour) v Brně, Holiday World v Praze
- Czechtourism
 - propagace České republiky v zahraničí
 - zahraniční centra
 - podpora domácího cestovního ruchu

Značka

Vytvoření značky **destinace** nebo značky **produktu**

- šetří klientovi čas,
- vyjadřuje základní informaci o destinaci,
- je výrazem kvality a konkurenceschopnosti,
- klient je ochoten zaplatit za značkový produkt více.

LIDÉ (PEOPLE)

Zaměstnanci X Zákaznický mix

SPOLUPRÁCE (PARTNERSHIP)

- Partnerství jednotlivých poskytovatelů služeb.
- Partnerství mezi veřejným a soukromým sektorem.

NABÍDKA BALÍKU SLUŽEB (PACKAGING)

- Kombinace vhodných služeb pro jednotlivé segmenty trhu
 - = přidaná hodnota produktu
 - = konkurenceschopnost destinace

Příklady balíčků služeb hotelového zařízení v horské oblasti 1

Segment: Rodiny s dětmi

- Rodinné pokoje
- Zvýhodněné ceny pro děti
- Dětské menu
- Dětský koutek
- Dárek na uvítanou, např. pastelky a blok
- Nabídka akcí ve spolupráci
 - Karneval na lyžích
 - Lyžařská škola
 - Hlídaní dětí

Příklady balíčků služeb hotelového zařízení v horské oblasti 2

Segment: Lyžaři

- Ubytování s možností výběru stravování (snídaně nebo polopenze)
- Permanentka
- Ski bus
- Volný nebo zvýhodněný vstup do sportovního centra
- Uvítací drink

Příklady balíčků služeb hotelového zařízení v horské oblasti 3

Segment: Gurmáni, požitekáři

- Ubytování s možností výběru stravování (polopenze nebo plná penze)
- Večeře s výběrem národních kuchyní včetně láhve vhodného vína
- Wellness aktivity (bazén, sauna, masáž)
- manikúra, kadeřník
- Láhev sektu na pokoji při příjezdu

PROGRAMOVÁ SPECIFIKACE (PROGRAMMING)

- Časový plán produktů (termíny, svozy,..).
- Programování interních činností, pracovní postupy řízení destinace, rezervační a prodejní manuály.