



MARKETING CESTOVNÉHO RUCHU

Marketingový mix cestovného ruchu

O TEJTO TÉME:

“Využitie marketingu v cestovnom ruchu sa spája s kľúčovými nástrojmi marketingového mixu, ktorých kombinácia je nevyhnutná na zabezpečenie súladu medzi ponukou služieb a požiadavkami zákazníkov: produkt, cena, distribúcia, marketingová komunikácia, ľudia, spolupráca, tvorba programu a balíčkov.”

ČO SA DOZVIEŠ:

- štruktúru nástrojov marketingového mixu v cestovnom ruchu
- ako jednotlivé nástroje marketingového mixu vysvetľujeme

☞ Produkt

☞ Cena

☞ Distribúcia

☞ Marketingová komunikácia

☛ Ludia

☛ Spolupráca

☛ Tvorba programu a balíčkov

Cestovný ruch je podsystémom služieb a možno v ňom uplatniť rovnaké princípy marketingu, ako pri marketingu služieb. Cestovný ruch sa spája s nasledujúcimi kľúčovými nástrojmi marketingového mixu, ktorých kombinácia je nevyhnutná na zabezpečenie súladu medzi ponukou služieb a požiadavkami zákazníkov.

PRODUKT

Produktom marketingu cestovného ruchu je cieľová destinácia a všetky služby, ktoré objekt cestovného ruchu poskytuje. Cieľová destinácia je miesto s atraktivitami a s nimi spojenými zážitkami a službami cestovného ruchu, ktoré si účastník cestovného ruchu alebo skupina vyberá pre svoju návštevu a ktoré poskytovatelia prinášajú na trh.

Iná definícia kladie pri vysvetľovaní produktu cestovného ruchu dôraz na zážitky. Produkt cestovného ruchu predstavuje súbor zážitkov schopných uspokojiť potreby zákazníkov v cestovnom ruchu (napr. potrebu prechodného ubytovania v cieľovom mieste a s ním spojenú potrebu stravovania, využitia voľného času a pod.).

Na produkte sa podieľajú producenti služieb (dopravcovia, ubytovacie a stravovacie zariadenia), prevádzkovatelia návštevných atrakcií (hrady, zámky, prírodné parky, zábavné parky), sprostredkovatelia a organizácie cestovného ruchu (cestovné kancelárie, turistické informačné centrá, rezervačné systémy) a konkrétne miesto (krajina, región, mesto).

DUBAJ

Dubaj sa stáva jedným z najvyhľadávanejších cieľov nielen pre tých, ktorí chcú relaxovať, aj pre tých, ktorí hľadajú atraktívne príležitosti na zhodnotenie svojho kapitálu mimo Európy. Na obrázku je sumár toho, čo ako cieľová destinácia ponúka.



CENA

Cena je finančné vyjadrenie hodnoty, za ktorú je zákazník ochotný zaplatiť. Základom cenových nástrojov v cestovnom ruchu je cenová diskriminácia, čiže podnik cestovného ruchu predáva rovnaký produkt za rôzne ceny. Z ekonomického hľadiska je to žiaduce vzhľadom na rozličnú cenovú pružnosť skupín zákazníkov a kolísavý dopyt po produkte.

Účtujú sa rozdielne ceny napr. v závislosti od geografickej lokality (atraktivnosť cieľového miesta), času resp. obdobia (sezóna vs. mimo sezóny), cieľových skupín (jednotlivci, rodiny s deťmi), distribučného kanála (priamy vs. sprostredkovaný predaj), platby (na mieste vs. online).

Na obrázku vidíme rozdielne ceny za ubytovanie na Ranči pod Babicou mimo sezóny a v sezóne (štátne sviatky).

Ubytovanie:

Ubytovanie :

Penzión:	2 lôžková izba, kúpeľňa so sprchovým kútom, TV,	40 EUR / noc	štátne sviatky +Veľká Noc, sviatky	60 EUR / noc
	Rodinná izba pre 5 osôb, kúpeľňa s vaňou, TV, chladnička	80 EUR / noc		120 EUR / noc
Rodinný bungalov s kuchynkou 4+1 osoba:		80 EUR / noc		120 EUR / noc
Zrub s kuchynkou pre 8 osôb		100 EUR / noc		150 EUR / noc
Cena ubytovania nezahŕňa miestny poplatok obci v hodnote 0,50€/osoba/noc.				
Všetky ceny sú platné od 01.01.2023				

DISTRIBÚCIA

Distribúcia v cestovnom ruchu predstavuje proces predaja služieb vyplývajúci z osobitostí produktu cestovného ruchu. Distribúcia produktov cestovného ruchu sa od distribúcie produktov iných odvetví odlišuje v tom, že ich zákazník spotrebúva zvyčajne až v cieľovom mieste, alebo v mieste zvyčajného pobytu získa len nárok na spotrebu vybraných služieb (napr. potvrdenie o rezervácii). Vynechaná je tak fyzická distribúcia, pretože zákazník prekonáva sám vzdialenosť medzi ponukou a dopytom. V podnikoch cestovného ruchu predstavuje distribúcia najčastejšie proces rezervovania.

Distribúcia sa uskutočňuje prostredníctvom:

- priamych distribučných kanálov, kedy podnik sám šíri presvedčivé informácie o svojom produkte, nadväzuje kontakty s potenciálnymi zákazníkmi, nesie riziko spojené s odbytovými činnosťami a financuje takúto činnosť.
- nepriamych distribučných kanálov, kedy sa do predaja produktu zapája jeden alebo viacerí sprostredkovatelia, napríklad cestovné kancelárie, cestovné agentúry, internetové systémy rezervovania, online cestovné kancelárie a globálne distribučné systémy.

BOOKING

Booking.com je najväčší svetový online rezervačný systém pre ubytovanie v hoteloch, hosteloch, apartmánoch a iných druhoch ubytovania po celom svete. Platforma slúži ako sprostredkovateľ medzi cestovateľmi a ubytovacími zariadeniami, ponúka komplexný servis vrátane vyhľadávania, rezervácie, zákazníckej podpory a systémov odporúčaní pre nezabudnuteľné zážitky.



MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA

Marketingová komunikácia predstavuje spôsob, akým podnik cestovného ruchu oslovuje zákazníkov i širšiu verejnosť, a zároveň vníma spätnú väzbu. Pre podniky cestovného ruchu je marketingová komunikácia dôležitá preto, lebo okrem toho, že pomáha predávať produkty, umožňuje budovať dôveryhodnosť podniku a vzťah zainteresovaných subjektov k značke. Produkt cestovného ruchu ponúkaný na trhu je cieľovým skupinám neznámy, neviditeľný, preto je cieľom marketingovej komunikácie informovať a oboznámiť zákazníkov a sprostredkovateľov s produktom, vytvoriť o ňom predstavu, uviesť ho na trh, vyvolať dopyt, a tak prispieť k jeho predajnosti. Využíva pritom rôzne nástroje (reklama, podpora predaja, vzťahy s verejnosťou, osobný predaj, priamy marketing) a médiá (printové, elektronické, digitálne, outdoor a indoor).

SLOVENSKO PREKVAPÍ

Kampaň „Slovensko prekvapí“ vykresľuje Slovensko ako krajinu prekvapivých zážitkov hodných objavovania na piatich zahraničných trhoch.

Viac o kampani sa dozviete tu: <https://strategie.hnonline.sk/news/marketing/96104292-slovensko-prekvapi-dokazuje-slovakia-travel-v-novej-kampani>



L'UDIA

V cestovnom ruchu ide nielen o zamestnancov podniku poskytujúceho služby zákazníkom, ale aj o začlenenie zákazníkov do procesu poskytovania služby. Zamestnanci podniku priamo alebo sprostredkované ovplyvňujú kvalitu poskytovaných služieb a uspokojovanie potrieb zákazníkov. Mali by spĺňať odborné predpoklady na výkon zamestnania, ale aj disponovať rôznymi mäkkými zručnosťami (komunikácia, kreativita, prispôsobivosť, vystupovanie na verejnosti, tímová práca).

V oblasti cestovného ruchu existuje množstvo profesií, napríklad sprievodca, ktorý sprevádza turistov počas výletov za atrakciami, delegát cestovnej kancelárie, ktorý zabezpečuje služby pre turistov priamo na mieste pobytu, riaditeľ hotela zodpovedný za chod hotela. Ďalej sem patria profesie ako portier, chyžná, letuška, či animátor.



KURZ SPRIEVODCU V CESTOVNOM RUCHU

CK DAKA v spolupráci so Súkromnou Obchodnou akadémiou v Žiline otvára
PRVÚ AKADÉMIU SPRIEVODCOV V CESTOVNOM RUCHU

Akreditovaný Ministerstvom školstva SR

- radi cestujete....
- radi spoznávate nových ľudí a miesta....
- viete organizovať, pracovať kreatívne....

TAK PRÁVE PRE VÁS JE URČENÝ TENTO KURZ

Rozsah: 300 vyučovacích hodín, z toho 120 hodín praktického vyučovania,
180 teoretickej vyučby
Organizačná forma vzdelávania: prezenčná, časť formou e-learningu

Podmienky pre uchádzačov:

Minimálne stredoškolské vzdelanie s maturitou
Úroveň cudzieho jazyka B2 (maturita)
Vek 18 rokov

Kurz sa robí **každé 3 mesiace**

Cena kurzu: 550 €
(záverečná skúška 50 €)

Svet je kniha a tí, ktorí necestujú, čítajú iba jednu stranu.

Tel.: 0905 368 662 E-mail: kurzsprievodcu@gmail.com

Cestovná kancelária DAKA

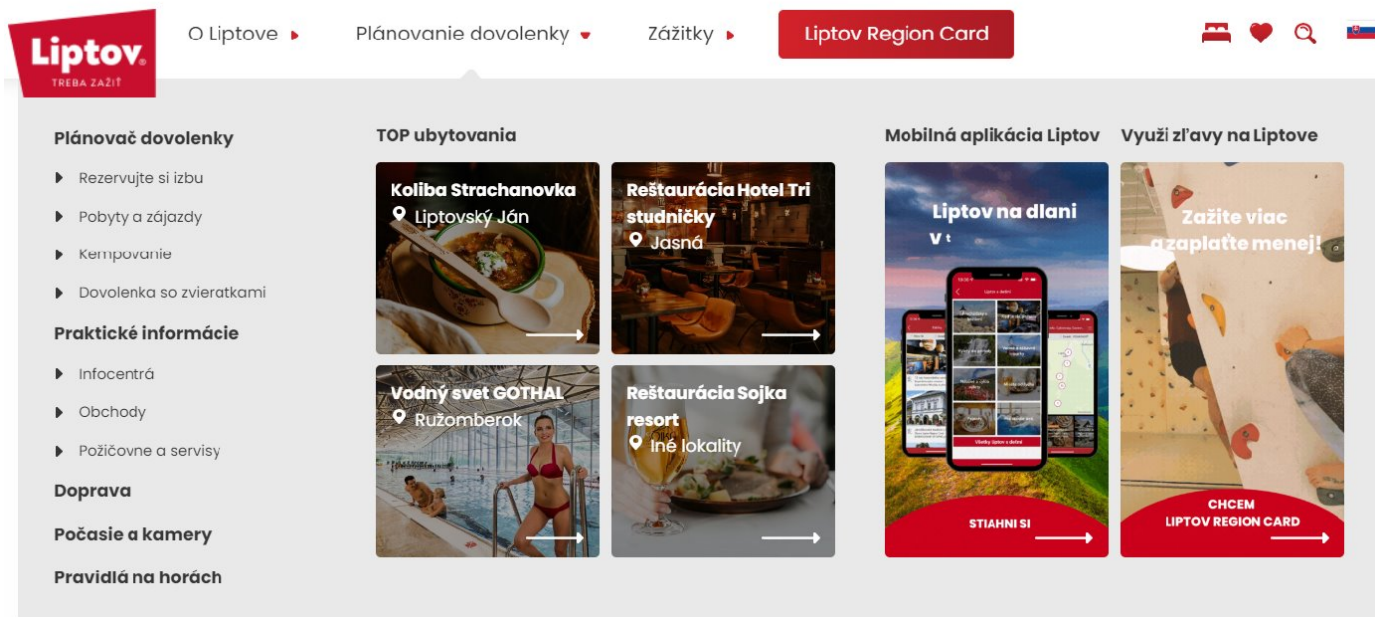
SPOLUPRÁCA

Produkt cestovného ruchu je výsledkom spojenia viacerých poskytovateľov produktov a služieb. Ako príklad môžeme spomenúť lyžiarske stredisko. Na celkovom dojme z návštevy sa podieľa pomerne veľký počet poskytovateľov ubytovacích a stravovacích zariadení, prevádzka a údržba lanovky a zjazdoviek, animátorská činnosť pre deti, lyžiarska škola, požičovňa výstroje, správa parkovacích plôch.

Na podporu cestovného ruchu sa vytvárajú rôzne združenia (klastre), ktorých úlohou v regióne je rozvoj cestovného ruchu, vytváranie produktov pre návštevníkov, propagácia regiónu na Slovensku a v zahraničí, spájanie podnikateľských subjektov pôsobiach v cestovnom ruchu a vytváranie synergie medzi podnikateľskou sférou a verejnou správou.

VISIT LIPTOV

Príkladom dobrej praxe v oblasti spolupráce v cestovnom ruchu je REGION LIPTOV a projekt Visit Liptov. Viac sa o aktivitách a členoch dozviete tu: <https://www.visitliptov.sk/o-liptove/o-nas/#naseaktivity>



TVORBA PROGRAMU A TVORBA BALÍČKOV

Keďže tieto dva nástroje marketingového mixu úzko súvisia, vysvetlíme ich spoločne.

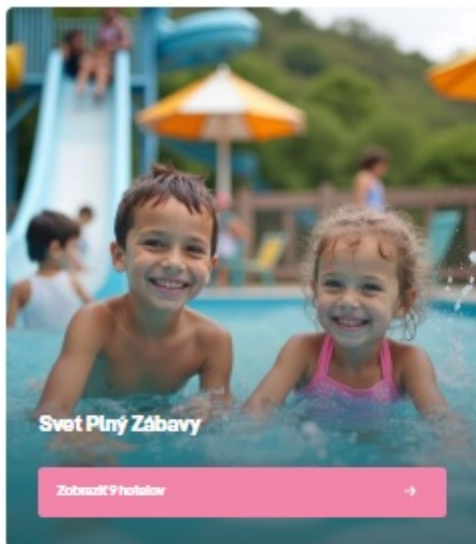
Klasickým príkladom balíčku v cestovnom ruchu je zájazd, ktorý zahŕňa služby dopravy, ubytovania, stravovania, ale môže obsahovať aj napr. športové, kultúrne, fitness programy. Zákazník si môže kúpiť hotový balíček, ktorý je mu ponúkaný alebo si môže zostaviť vlastný.

Tvorba programov v cestovnom ruchu nadväzuje na tvorbu balíčkov. Tvorba balíčkov predstavuje celkovú ponuku a tvorba programov je určená rôznym typom zákazníkov, čo umožňuje využívať segmentačné marketingové stratégie a robí marketingový mix atraktívnejším.

Cestovka môže predávať jeden balíček, napr. týždeň v Taliansku, ale k nemu viacero programov, podľa typu klienta. Kým pre rodiny s deťmi bude pripravený animačný program, klientom bez detí bude určená ochutnávka vín alebo návšteva miestneho trhu.

SATUR

Cestovná kancelária Satur ponúka klientom animačný program Planet Fun, ktorý je navrhnutý tak, aby sa prispôbil schopnostiam, možnostiam a veku klientov.



Detský svet

Sportové akadémie, detské kluby a zábava pre deti všetkých vekových kategórií. Bezpečné a aktívne prostredie, kde sa deti môžu zabávať, športovať a spoznávať nových kamarátov.

Mini klub →

Maxi klub →

Teenage klub →

Sportové akadémie →

Večerný miniklub →



Rodina

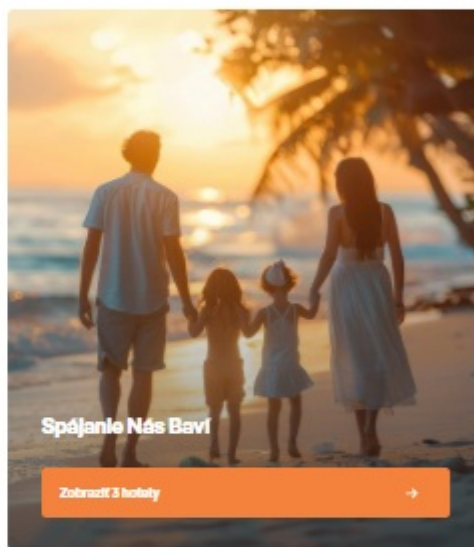
Spoločné aktivity, rodinné výlety a zábava pre všetkých. Programy pre všetky vekové kategórie, ktoré spoja generácie a vytvoria nezabudnuteľné zážitky.

Kino pod hviezdami →

Rodinné súťaže →

Photoshooting →

Večerné show →



Dospelí

Relax, dobrodružstvo a oddych pre dospelých. Romantické chvíle, športové aktivity a wellness, ktoré vám umožnia vychutnať si zaslužený oddych.

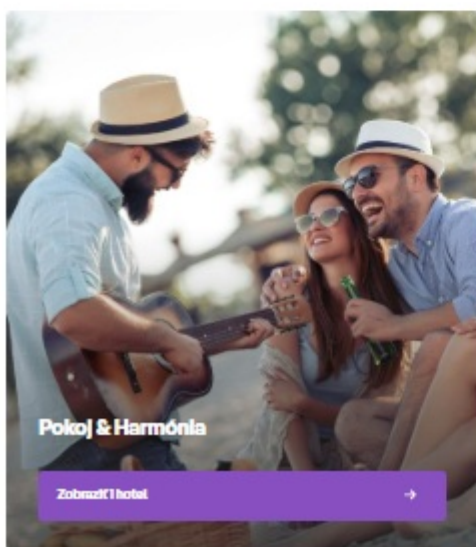
Slovenská speváčka →

Tréner v rezorte →

Večerná škola tance →

Padel Tenis →

Športové turnaje →



CHCETE SI Z TÉMY ODHRYZNÚŤ EŠTE VIAC?

<https://archiv.fmk.sk/obchod/?detail=24867>

 <https://www.martinus.sk/940915-marketing-podnikov-cestovneho-ruchu/kniha>